

**MODEL KOMUNIKASI MAJELIS ULAMA INDONESIA DALAM  
MENSOSIALISASIKAN SERTIFIKASI HALAL  
DI KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dari  
Memenuhi Syarat-syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

**M. LATIF MANURUNG**  
**NIM: 11.13.3.055**

Program Studi

**KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2017**

**MODEL KOMUNIKASI MAJELIS ULAMA INDONESIA DALAM  
MENSOSIALISASIKAN SERTIFIKASI HALAL DI KOTA**

**MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dari  
Memenuhi Syarat-syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

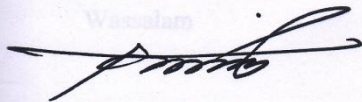
**M. LATIF MANURUNG**

**NIM: 11.13.3.055**

Program Studi

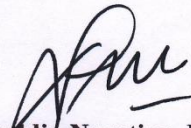
**KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM**

**Pembimbing I**



**Dr. Ahmad Thamrin Sikumbang, MA**  
**NIP: 19690808 199703 1 002**

**Pembimbing II**



**Syawaluddin Nasution, MA**  
**NIP: 19691208 200701 1 037**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SUMATERA UTARA**  
**MEDAN**  
**2017**

**Nomor** : Istimewa

**Lamp** :

**Hal** : Skripsi

An. M. Latif Manurung

Medan, September 2017

Kepada Yth:

Bapak Dekan Fakultas Dakwah  
dan Komunikasi UIN SU

Di-

Medan

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran seperlunya untuk memperbaiki dan kesempurnaan skripsi mahasiswa An. M. Latif Manurung yang berjudul; "Model Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal di Kota Medan", kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

Mudah-mudahan dalam waktu dekat, saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU Medan.

Demikianlah untuk dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam

Pembimbing I



Dr. Ahmad Thamrin Sikumbang, MA  
NIP: 19690808 199703 1 002

Pembimbing II



Syawaluddin Nasution, MA  
NIP: 19691208 200701 1 037





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
MEDAN**

Jln. Willem Iskandar Pasar V Telp. 061-661583-6622925 Fax. 061-661583 Medan Estate 20731

**PENGESAHAN**

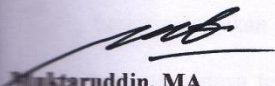
Skripsi yang berjudul: "Model Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal Di Kota Medan" An. M. Latif Manurung, telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah pada tanggal 06 Desember 2017, dan diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

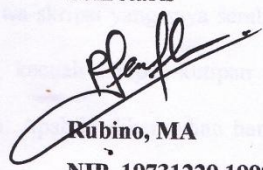
**Panitia Ujian Munaqasyah**

**Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU**

**Ketua**

**Sekretaris**

  
**Muktaruddin, MA**

  
**Rubino, MA**

**NIP. 19730514 199803 1 002**

**NIP. 19731229 199903 1 001**

**Anggota Penguji**

**Muktaruddin, MA**

**NIP. 19730514 199803 1 002**

**Dr. Soiman, MA**

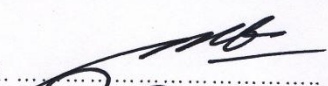
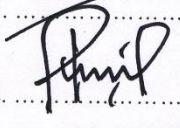
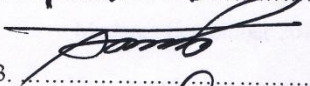

**NIP. 19660507 199403 1 005**

**Dr. Ahmad Thamrin Sikumbang, MA**

**NIP. 19690808 199703 1 002**

**Syawaluddin Nasution, MA**

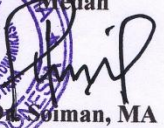
**NIP. 19691208 200701 1 037**

1. 
2. 
3. 
4. 

**Mengetahui:**

**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sumatera Utara  
Medan**



  
**Dr. Soiman, MA**  
**NIP. 19660507 199403 1 005**

## SURAT PERNYATAAN

Nama : M. Latif Manurung  
Nim : 11.13.3.055  
Prodi/Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Model Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal di Kota Medan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan yang semuanya telah dijelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Medan, September 2017

Yang membuat pernyataan



M. Latif Manurung  
11.13.3.055

## **ABSTRAKSI**

Nama : M. Latif Manurung  
Nim : 11.13.3.055  
Prodi/Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Model Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal di Kota Medan  
Pembimbing I : Dr. Ahmad Thamrin Sikumbang, MA  
Pembimbing II : Syawaluddin Nasution, MA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model komunikasi Majelis Ulama Indonesia kota Medan dalam mensosialisasi sertifikasi halal, metode MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikat halal, dan hambatan MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif. Metode ini dilakukan terkait fenomena yang ada dilapangan dengan cara mengumpulkan data, terutama dari informan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model komunikasi MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal menekankan pada komunikasi massa. Media komunikasi yang dipilih mencakup: Media cetak, seperti : surat kabar (koran), majalah, tulisan artikel, brosur. Media elektronik, seperti: TV dan radio. Even-even khusus, seperti: MTQ, Penyuluhan dan Bazaar, dengan membuka stand yang berisi produk-produk halal. Terdapat juga hambatan dan tantangan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal. Hambatan itu berupa rendahnya partisipasi pelaku usaha (produsen) pangan, obat-obatan, dan kosmetik yang mendaftarkan produknya. Kemudian, dari masyarakat sendiri masih kurang teliti untuk menyeleksi produk-produk yang halal untuk dikonsumsi. Sedangkan tantangannya ialah masih ditemukannya label-label halal yang tidak berasal dari MUI, serta pemalsuan label halal.

## KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah Swt., tuhan semesta alam beserta alam beserta isinya hanya dengan taufiq dan hidayah-Nya akhirnya penulisan skripsi ini dapat saya selesaikan sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S.1) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU) Medan dengan judul ***“Model Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal di Kota Medan”***. Selawat serta salam orang-orang yang ikut memperjuangkan Agama Allah Swt, semoga Allah senantiasa mencurahkan Rahmad-Nya untuk umatnya. Amin yarabbal ‘alamin.

Penulis menyadari sepenuhnya atas keterbatasan sarana maupun kemampuan yang penulis miliki untuk mendapatkan hasil yang sempurna. Namun demikian penulis sangat bersyukur sekali karena banyak pihak dan unsur yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian ini hingga penelitian ini hingga akhirnya disidangkan. Oleh sebab itu, terima kasih yang sebesar-besarnya karya kecil ini sehingga dapat di banggakan oleh kedua orang tua, masyarakat khususnya pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan.

Rasa terima kasih yang sebesar-besarnya secara khusus penulis haturkan kepada:

1. Ayahanda dan Ibunda, yang telah mendidik penulis khususnya dalam ilmu keagamaan dari kecil, serta memberikan pendidikan berharga hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sarjana. Ayah dan Ibunda jasamu tidak akan terbalaskan, karya kecil ini kupersembahkan untukmu sebagai tanda baktiku kepadamu, semoga Allah Swt, tetap melindungi Ayah dan Ibunda.
2. Bapak Prof. Dr. H. Saidurrahman, MA selaku Guru Besar UIN-SU dan Rektor UIN-SU Medan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis pada forum seminar maupun diskusi umum.
3. Bapak Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan ilmu-ilmunya kepada penulisnya khususnya motivasi yang cukup tinggi yang mendorong penulis untuk mencapai gelar sarjana dan menyelesaikan penulisan ini.
4. Bapak Dr. Ahmad Thamrin Sikumbang, MA selaku Pembimbing I dan bapak Syawaluddin Nasution, MA selaku pembimbing II dalam penulisan skripsi ini, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dengan ramah dan tulus serta ikhlas kepada penulis, sehingga penulisan skripsi ini selesai.
5. Seluruh Guru besar dan Dosen UIN-SU Medan yang telah membina intelektual penulis dalam bidang ilmu-ilmu dakwah dan komunikasi selama masa perkuliahan di UIN-SU Medan khususnya di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.



6. Pengelola jurusan Komunikasi Penyiran Islam yang telah banyak membantu penulis dalam proses akademik selama perkuliahan.
7. Seluruh staf dan pegawai UIN-SU Medan Khususnya di Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan pelayanan administrasi yang baik kepada seluruh mahasiswa khususnya penulis sehingga studi penulis dapat di selesaikan.
8. Seluruh staff dan pegawai Perpustakaan UIN-SU Medan yang telah memberikan pelayanan yang baik dalam melakukan peminjaman dan referensi yang dibutuhkan selama penulisan skripsi ini hingga selesai.
9. Seluruh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, baik seangkatan maupun adik-adik yang telah sama-sama menyelesaikan pendidikannya dengan penulis yang banyak memberikan motivasi dan sumbangan pemikiran selama masa perkuliahan melalui melalui diskusi dan perdebatan sehingga menjadi input dan kenangan yang sangat berharga.
10. Kepada Pengurus MUI Kota Medan, terimakasih atas bantuan dan jasa serta keluangan waktu untuk membantu penulis dalam memberikan data-data yang penulis dibutuhkan guna menyelesaikan penulisan skripsi ini
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya. Terima kasih atas bantuan dan jasanya semua, semoga Allah SWT. Semantiasa memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga kita semua digolongkan kepada orang-orang yang bertaqwa. Amin yaarabal ‘alamin

Akhirnya semoga Allah SWT., memberikan ganjaran kebaikan yang berlipat ganda kepada kita semua yang memberikan bantuan berupa moril maupun materil kepada penulis, sehingga karya kecil ini terselesaikan, dan semoga bermanfaat bagi kita semua. Penulis sepenuhnya menyadari banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu sumbangan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini sehingga dapat dimanfaatkan bagi kegiatan keilmuan dimasa yang mandatang. Amin yaarabal ‘alamin.

Medan, April 2017  
Penulis

**M. LATIF MANURUNG**  
NIM: 11.13.3.055

## DAFTAR ISI

<b>ABTRAKSI.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Batasan Istilah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Kegunaan Penelitian .....	10
F. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II      KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A. Teori Komunikasi.....	12
B. Model dan Bentuk Komunikasi.....	17
C. Halal Dalam Pandangan Islam .....	19
D. Kajian Terdahulu.....	24
<b>BAB III     METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	25
B. Lokasi Penelitian.....	25
C. Informan Peneltian .....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Teknik Analisis dan Penafsiran Data .....	27
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	28
<b>BAB IV     HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
A. Temuan Umum.....	30
1. Sejarah Terbentuknya LPPOM MUI Kota Medan.....	30
2. Persyaratan dan Prosudur Sertifikasi Halal LPPOM MUI.....	33

3. Pengguna Sertifikasi Halal MUI Kota Medan .....	38
B. Temuan Khusus.....	43
1. Model Komunikasi MUI Kota Medan dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal .....	43
2. Metode MUI kota Medan dalam Mensosialisasikan Sertifikat Halal .....	49
3. Hambatan dan Tantangan MUI Kota Medan Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal.....	61
<b>BAB V      PENUTUP .....</b>	<b>64</b>
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran-saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah pemeluk agama Islam terbesar di dunia. Hal ini berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pew Research Center, yaitu lembaga riset yang berkedudukan Washington DC, Amerika Serikat, yang bergerak pada penelitian demografi, analisis isi media, dan penelitian ilmu sosial. Pada tanggal 18 Desember 2012, Pew Research Center mempublikasikan riset yang berjudul "*The Global Religious Landscape*" mengenai penyebaran agama di seluruh dunia dengan cakupan lebih dari 230 negara.

Riset tersebut menunjukkan bahwa total jumlah Muslim yang tersebar di berbagai negara berjumlah hingga 1,6 miliar atau sekitar 23,2% dari total jumlah penduduk dunia. Indonesia sebagai salah satu negara di kawasan Asia Tenggara dengan peringkat pertama untuk kategori penganut agama Islam terbesar dengan jumlah total 209.120.000 jiwa (87,2%) dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 237.641.326 jiwa.

Sebagai negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam, masyarakat Muslim membutuhkan suatu lembaga yang menjadi rujukan atau referensi berkaitan dengan permasalahan tentang hukum-hukum dalam syariat Islam. Tidak hanya dalam bentuk organisasi formal seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah. Oleh karena itu, pada tanggal 7 Rajab 1395 Hijriah, bertepatan dengan tanggal 26 Juli 1975 di Jakarta, didirikan Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menjadi wadah atau majelis



yang menghimpun para ulama, dan cendikiawan muslim Indonesia. MUI lahir dengan semangat untuk menyatukan gerak dan langkah-langkah umat Islam Indonesia dalam mewujudkan cita-cita bersama yakni mempertahankan aspek religiusitas.

Tujuan berdirinya MUI untuk meningkatkan kehidupan masyarakat yang berkualitas (*khaira ummah*), dan negara yang aman, damai, adil, dan makmur rohaniah dan jasmaniah yang diridai Allah Swt (*baladatul thayyibatun wa rabbun ghafur*). Untuk mencapai tujuannya, MUI melaksanakan berbagai tujuan antara lain memberikan bimbingan dan tuntunan kepada umat, merumuskan kebijakan dakwah Islam, memberikan nasehat dan fatwa, merumuskan pola hubungan keumatan, dan menjadi penghubung antara ulama dan umara (pemimpin).

Peran MUI dalam pengawasan obat dan makanan saat ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat muslim. Hal ini dikarenakan salah satu unsur penting yang harus diawasi adalah soal hak masyarakat muslim untuk mendapatkan kepastian produk halal. Karena dalam ajaran teologis, umat Islam diwajibkan untuk mengonsumsi produk-produk halal. Inilah yang ditegaskan dalam ayat suci Alquran Surat Al Baqarah : 173, yang menyebutkan:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنِزِيرِ وَمَا أَهْلَ بِهِ لغيرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ  
غَيْرِ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١٧٣﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah yang mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi dan yang disembelih dengan nama selain Allah.

Makanan *thayyib* adalah makanan yang aman (tidak menyebabkan penyakit), sehat (mengandung zat gizi yang diperlukan tubuh), dan proporsional (jumlahnya sesuai dengan kebutuhan tubuh). Haram adalah sesuatu yang dilarang Allah Swt sehingga setiap orang yang menentanginya akan berhadapan dengan siksaan Allah di akhirat.

Untuk memenuhi keinginan konsumen (umat Islam) agar tenang lahir dan batin dalam mengkonsumsi produk, maka perusahaan harus memberitahukan manfaat produk dan cara penggunaannya. Khusus untuk produk pangan, obat-obatan dan kosmetik, perusahaan (produsen) harus mencantumkan keterangan tentang suatu produk. Keterangan-keterangan tersebut dapat berupa pencantuman komposisi bahan campuran produk, masa berlaku produk, cara penggunaan produk, dan keterangan bahwa produk telah diperiksa oleh Badan Pengawas Pangan, Obat dan Kosmetik (BPPOM). Untuk keterangan yang terakhir (hasil pemeriksaan BPPOM), keterangan kehalalan pada sebuah produk biasanya dinyatakan label halal yang khas pada kemasan, yang sertifikasinya dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) yang bekerjasama dengan Kementerian Kesehatan dan Kementrian Agama.

Bentuk pengawasan dalam penjaminan produk halal lainnya dilakukan juga dengan melakukan beberapa kegiatan, diantaranya meliputi pengawasan terhadap pelaku usaha (produsen), distribusi, dan peredaran produk halal. Pengawasan selama ini telah dilakukan oleh MUI terbatas pada mengawasi ketaatan pelaku usaha (produsen) dalam menerapkan sistem jaminan halal (SJH). Selain itu, secara parsial

dan temporer MUI juga melakukan pengawasan terhadap produk yang beredar di pasaran dengan menggunakan metode sampling.

Selama ini sertifikasi halal MUI dipandang masih belum sepenuhnya efektif melindungi konsumen muslim karena menurut undang-undang yang berlaku sebelumnya, pengajuan sertifikasi halal produk oleh para pelaku usaha hanya bersifat sukarela. Oleh karena itu, pengawasan kehalalan terhadap suatu produk dirasa mengalami ketimpangan, sehingga memunculkan ketidakefektifan dalam penerapannya. Karena itu, keberadaan Undang-Undang Jaminan Produk Halal yang baru disahkan pada 25 September 2014 lalu mutlak dibutuhkan sebagai payung hukum yang kuat dalam memberikan mandat kepada pemerintah untuk mengatur kehalalan produk di Indonesia.

Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ma'ruf Amin mengakui, MUI hanya bisa melakukan kontrol terhadap produsen yang telah memiliki sertifikat halal MUI saja. Kepala Badan POM (Pengawas Obat dan Makanan), Lucky S. Slamet juga mengaku, lembaganya hanya melakukan razia terhadap produk pangan dalam bentuk olahan yang tidak layak dikonsumsi seperti produk olahan makanan dan minuman dalam kemasan yang kadaluarsa, sedangkan bahan pangan yang belum diolah seperti daging sapi, Badan POM hanya berfungsi sebagai lembaga pendukung. Dinas Pemerintah terkaitlah yang menjadi sektor terdepan dalam pengawasan.

Pada tahun 1988 masyarakat Indonesia dikejutkan dengan adanya 34 jenis produk makanan dan minuman dalam kemasan yang mengandung lemak babi. Salah satu produk penyedap rasa terkenal di Indonesia juga terbukti mengandung enzim

babi di tahun 2000. Berikutnya di tahun 2009 ditemukan kandungan DNA babi pada beberapa produk dendeng sapi dalam kemasan yang telah beredar luas di berbagai pasar tradisional dan modern di beberapa daerah seperti Jakarta dan Bandung. Belakangan di tahun 2012 masyarakat Jakarta kembali dikejutkan oleh adanya kasus pengoplosan daging sapi dengan daging celeng di pasar Cipete dan Depok. Meskipun mayoritas penduduknya muslim, ternyata kasus peredaran produk non halal berulang kali terjadi di Indonesia. Oleh sebab itu, pengawasan terhadap produk-produk halal harus terus-menerus dilakukan. Terlebih lagi informasi-informasi terkait produk halal harus secara massif disampaikan kepada masyarakat muslim agar tidak terjebak dalam pengonsumsi produk yang tidak halal.

Dalam konteks wilayah Kota Medan, menurut penelitiannya Girindra dan Aisyah salah seorang pegiat ekonomi dan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Jakarta, pada kenyataannya hanya sedikit konsumen (12,8 - 37,7%) yang benar-benar memahami akan adanya potensi kandungan bahan baku non halal pada produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika di pasaran. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat memungkinkan adanya zat tambahan dalam memproses produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika yang bukan cuma dapat dibuat secara kimiawi atau bioteknologi, tetapi juga diekstraksi dari tanaman atau hewan. Disinilah kemungkinan terjadinya perubahan suatu produk dari halal menjadi tidak halal. Hal ini terjadi jika bahan baku, bahan tambahan ataupun bahan penolong yang digunakan berasal dari ekstraksi hewan nonhalal seperti babi, alkohol, darah, dan lain-lain yang diharamkan dalam Islam, atau karena bercampur dengan

bahan yang diragukan kehalalannya sehingga produk tersebut menjadi syubhat. Dalam Islam, segala sesuatu yang syubhat atau tidak jelas status kehalalannya maka sebaiknya ditinggalkan.

Seiring dengan semakin tingginya kepedulian masyarakat terhadap produk halal ditengah masih minimnya informasi tentang produk halal di masyarakat dan semakin besarnya minat beberapa perusahaan dalam menyediakan produk halal kepada para konsumen, LPPOM (Lembaga Pengkajian Pangan Obat dan Makanan) MUI semakin gencar dalam melakukan sosialisasi dan promosi produk halal kepada masyarakat. Lewat unit kerja bidang Sosialisasi dan Promosi, LPPOM MUI berupaya untuk menyebar luaskan informasi tentang beragam produk halal melalui berbagai media komunikasi.

Komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia. Makna dari komunikasi adalah proses pertukaran informasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan melalui media/saluran yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap/perilaku komunikan agar sesuai dengan keinginan komunikator. Untuk mengoptimalkan program sosialisasi dan promosi produk halal maka dibutuhkan strategi pemilihan media komunikasi yang tepat kepada khalayak sasaran. Strategi pemilihan media komunikasi menjadi penting karena dapat memberikan arahan atau petunjuk dalam kurun waktu yang panjang terhadap usaha yang dilakukan sehingga mampu membantu untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

Sejalan dengan itu, majelis Ulama Indonesia Kota Medan juga melakukan sosialisasi terkait dengan sertifikasi halal, hal ini dikarenakan sudah menjadi



kewajiban MUI untuk memastikan bahwa suatu produk khususnya makanan mendapatkan kepastian halal agar para konsumen muslim khususnya tidak terjebak dan tidak tertipu dengan produk yang sebenarnya tidak halal. Sosialisasi sertifikasi halal bagi produsen atau pelaku usaha di kota Medan. Sebagaimana yang disampaikan oleh melalui surat edaran yang ditandatangani oleh ketua MUI Pusat Prof. Dr. Din Syamsudin bahwa Sertifikat halal merupakan fatwa tertulis yang harus dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kompetensi dan otoritas dalam penetapan fatwa. Suatu hal yang tidak bisa dipungkiri, selama ini lembaga yang diakui di Indonesia memiliki kompetensi tersebut adalah Majelis Ulama Indonesia. Kedudukan MUI sebagai pelaksana sertifikasi halal dipandang bisa mencegah adanya perpecahan dan perbedaan (khilafiyah) terhadap fatwa produk halal.

Terkait dengan sosialisasi sertifikasi halal oleh MUI kota Medan, yang menarik adalah bagaimana model komunikasi yang dilakukan oleh MUI khususnya bidang yang menangani proses sertifikasi halal. Hal ini dikarenakan sertifikasi halal sebagaimana dijelaskan di atas, masih banyak masyarakat yang ragu bahwa apakah produsen atau pelaku usaha khususnya dalam bidang produk makanan sudah mendapatkan sertifikasi halal, yang artinya produk tersebut dapat dikonsumsi oleh umat Islam.

Peran komunikasi di sini sangat penting untuk diteliti karena sukses atau tidaknya sosialisasi yang dilakukan oleh MUI terkait sertifikasi tersebut ditentukan setidaknya oleh model komunikasi seperti apa yang dipakai. Strategi pemilihan media komunikasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini juga mencakup alasan pemilihan

media komunikasi yang digunakan MUI dalam melakukan sosialisasi dan promosi produk halal.

Atas dasar latarbelakang tentang pentingnya pengkajian tentang bagaimana model komunikasi MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal, saya tertarik untuk meneliti bagaimanakah, “Model Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal di Kota Medan.” Judul ini diharapkan mampu menjelaskan secara teoritik dan praktis tentang bagaimana strategi dan model komunikasi yang dilakukan MUI dalam mensukseskan program sertifikasi halal di wilayah kota Medan.

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latarbelakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat di kemukakan beberapa pertanyaan dalam penelitian ini sebagai fokus yang akan dijawab dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimanakah model komunikasi MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal?
2. Bagaimanakah metode MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikat halal?
3. Bagaimanakah hambatan dan tantangan MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal?

### **C. Batasan Istilah**

Untuk mempermudah pembahasan, penulis perlu mempertegas batasan istilah dalam penelitian ini, gunanya agar kata kunci yang penulis maksud dapat dipahami dan tidak terjadi kesalahpahaman. Istilah-istilah tersebut dibatasi sesuai dengan maksud dan tujuan yang penulis pahami, yaitu:

1. Model Komunikasi, merupakan representasi dari suatu fenomena, baik yang nyata maupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut.
2. Sosialisasi adalah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat. Dalam penelitian ini, sosialisasi difokuskan pada organisasi, yakni MUI kota Medan dalam kaitannya dengan sertifikasi halal yang dikeluarkan bagi produsen.
3. Sertifikasi halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI. Sertifikasi halal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah produk hukum yang dikeluarkan MUI kota Medan untuk produsen produk makanan.

### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui model komunikasi Majelis Ulama Indonesia kota Medan dalam mensosialisasi sertifikasi halal

2. Untuk mengetahui metode yang dilakukan oleh MUI kota Medan dalam rangka mensosialisasikan sertifikat halal.
3. Untuk mengetahui hambatan dan tantangan MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal di kota Medan.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini ada dua, yaitu secara praktis dan teoritis.

1. Secara praktis, dapat digunakan sebagai bahan rujukan bagi Majelis Ulama Indonesia, khususnya kota Medan untuk memahami temuan dari penelitian agar dapat menjadi masukan dalam peningkatan dan perbaikan model komunikasi dalam mensukseskan sosialisasi sertifikasi halal ke seluruh masyarakat.
2. Secara teoritis, menjadi data pembanding bagi penelitian sebelumnya terkait dengan tema yang sama atau menjadi bahan rujukan bagi penelitian lanjutan terkait isu yang juga sama. Dan sebagai bahan hasil tugas akhir kuliah penelitian skripsi Prodi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara, Medan.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah penjelasan serta mendapatkan gambaran umum dalam memahami penelitian ini, maka penulis akan menguraikan sistematika pembahasannya sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan yang menguraikan tentang: latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan istilah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II: Berisi tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, berupa penjelasan tentang model-model komunikasi, strategi sosialisasi dan landasan konseptual tentang sertifikasi halal Majelis Ulama Indonesia

Bab III: Metodologi Penelitian, terdiri dari lokasi penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik menjaga keabsahan data.

Bab IV: Temuan, terdiri dari temuan umum dan temuan khusus. Temuan Umum terdiri dari, sejarah singkat tentang MUI kota Medan dan struktur kepengurusan terbaru, bidang yang bertanggungjawab dalam urusan sertifikasi halal, prosedur pemberian sertifikasi halal. Temuan khusus terdiri dari, jumlah pengguna sertifikasi halal kota Medan, Strategi komunikasi MUI dalam melakukan sosialisasi sertifikasi halal, hambatan dan tantangan dalam sosialisasi.

Bab V: Penutup, terdiri dari kesimpulan dan intisari dari pembahasan yang ada, kemudian diberikan beberapa saran-saran.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

Penelitian ini fokus pada model komunikasi Majelis Ulama Indonesia Kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal. Dalam hal ini penulis ingin menjelaskan secara konseptual dan teori apa yang akan dipakai guna menjawab rumusan masalah penelitian yang sudah dijelaskan di bab satu.

#### **A. Model Komunikasi**

Menurut Professor Deddy Mulyana, dalam bukunya ilmu komunikasi mengungkapkan, bahwa untuk lebih memahami fenomena komunikasi, kita perlu menggunakan model-model komunikasi. Model merupakan representasi dari suatu fenomena, baik yang nyata maupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut. Model bukan merupakan fenomena, tetapi hanya membantumempermudah untuk memahami suatu fenomena dalam komunikasi. Menurut Moreno dan Mortesen, dalam buku Deddy Mulyana menegaskan bahwamodel komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi.<sup>1</sup> Sedangkan menurut B. Aubrey Fisher, dalam buku Deddy Mulyana menjelaskan bahwa model adalah analogi yang mengabstraksikan

---

<sup>1</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2007), hlm. 150.

dan memilih bagian dari keseluruhan unsur sifat, atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model.<sup>2</sup>

Adapun fungsi dari model komunikasi menurut De Vito yang dikutip oleh Deddy Mulyana yaitu :

1. Model memiliki fungsi mengorganisasikan, model dapat mngurutkan, dan menghubungkan satu sistem dengan sistem, dengsan sistem yang lainnya, serta dapat memberikan gambaran yang menyeluruh.
2. Model membentuk menjelaskan sesuatu dengan menyajikan informasi secara sederhana, artinya tanpa model, informasi tersebut dapat menjadi sangat rumit.
3. Dengan model, dimungkinkan perkiraan hasil, atau jalan nya suatu kejadian.<sup>3</sup>

Model Komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya.<sup>4</sup> Model adalah kerangka kerja konseptual yang menggambarkan penerapan teori untuk kasus-kasus tertentu. Sebuah model membantu kita mengorganisasikan data-data sehingga dapat tersusun kerangka konseptual tentang apa yang akan diucapkan atau ditulis. Kerap kali model-model teoritis, termasuk ilmu komunikasi, digunakan untuk mengekspresikan definisi komunikasi, bahwa komunikasi adalah proses transmisi dan resepsi informasi antara manusia melalui aktivitas *encoder* yang dilakukan pengirim dan *decoder* terhadap sinyal yang dilakukan oleh penerima.

---

<sup>2</sup>*Ibid*, hlm. 151

<sup>3</sup>*Ibid*, hlm. 155.

<sup>4</sup>Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm. 5.

David Crystal dalam bukunya *A Dictionary of Linguistics Phonetics* kerap memodelkan komunikasi melalui definisi, komunikasi terjadi ketika informasi yang sama maksudnya dipahami oleh pengirim dan penerima. Sedangkan Edmondson dan Burquest, dalam Alo Liliweri, mengatakan bahwa bahasa sebagai alat komunikasi berisi jenis-jenis kode yang dikomunikasikan melalui suatu proses *encoding* suatu konsep yang akan disandi balik melalui proses *decoding*.<sup>5</sup>

Menurut Sereno dan Mortensen, sebagaimana dikutip Mulyana, model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Model komunikasi mempresentasikan secara abstrak ciri-ciri penting dan menghilangkan rincian komunikasi yang tidak perlu dalam dunia nyata. Sedangkan B. Aubrey Fisher, dalam buku Deddy Mulyana mengatakan model adalah analogi yang mengabstraksikan dan memilih bagian dari keseluruhan, unsur, sifat, atau komponen yang penting dari fenomena yang dijadikan model. Model adalah gambaran informal untuk menjelaskan atau menerapkan teori, dengan kata lain, model adalah teori yang lebih disederhanakan.<sup>6</sup>

Werner J. Severin dan James W. Tankard Jr mengatakan model membantu merumuskan teori dan menyarankan hubungan. Oleh karena hubungan antara model dengan teori begitu erat, model sering gabungan dengan teori. Oleh karena kita memilih unsur-unsur tertentu yang kita masukkan dalam model, suatu model mengimplikasikan penilaian atas relevansi, dan ini pada gilirannya mengimplikasikan

---

<sup>5</sup>Alo Liliweri, *Komunikasi Serba ada ...*, hlm. 78.

<sup>6</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi ...*, hlm. 131.

teori mengenai fenomena yang diteorikan. Model dapat berfungsi sebagai basis bagi teori yang lebih kompleks, alat untuk menjelaskan teori dan menyarankan cara-cara untuk memperbaiki konsep-konsep.<sup>7</sup>

Menurut Gordon Wiseman dan Larry Barker, dalam buku Ardianto, Elvinaro, dkk, mengemukakan bahwa ada tiga fungsi model komunikasi yang pertama melukiskan proses komunikasi, kedua menunjukkan hubungan visual, dan ketiga, membantu dalam menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi.<sup>8</sup> Terdapat ratusan model-model komunikasi yang telah di buat para pakar. Kekhasan suatu model komunikasi juga dipengaruhi oleh latar belakang keilmuan (pembuat) model tersebut, paradigma yang digunakan, kondisi teknologis, dan semangat zaman yang melengkapinya. Dibawah ini model-model komunikasi yang sangat populer dan akan digunakan untuk melihat model komunikasi Majelis Ulama Indonesia Kota Medan.

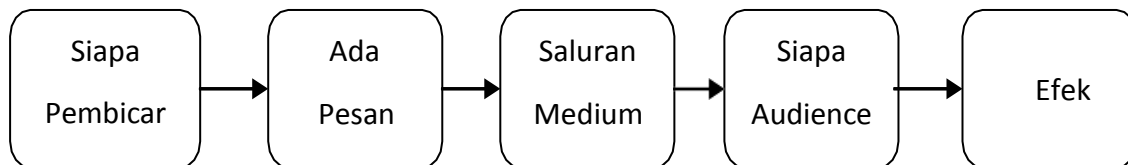
Model komunikasi Lasswell, yaitu merupakan ungkapan verbal yakni *Who* (siapa), *Say what* (apa yang dikatakan ), *In Which Channel* (saluran komunikasi), *To Whom* (kepada siapa), *With What Effect?* (unsur pengaruh). Model ini dikemukakan oleh Harolld Laswel tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diembannya dalam masyarakat dan merupakan model komunikasi yang paling tua tetapi masih digunakan orang untuk tujuan tertentu.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi ...*, hlm. 131.

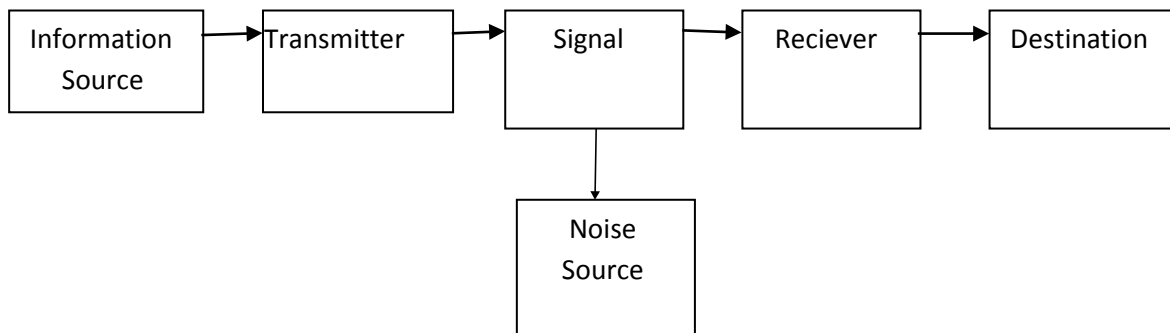
<sup>8</sup> Ardianto, Elvinaro, dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm. 68.

<sup>9</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi ...*, hlm.136.



Gambar 2.1  
Model Komunikasi Lasswel

Model selanjutnya yang akan digunakan sebagai landasan teori pada penelitian ini adalah model Shannon dan Weaver. Pemilik nama lengkap Claude Shannon dan Warren Weaver menjelaskan dalam bukunya *The Mathematical Theory of Communication* sebagaimana dikutip oleh Mulyana, bahwa Model ini menjelaskan bahwa komunikasi merupakan informasi sebagai pesan ditransmisikan dalam bentuk pesan kepada penerima (*reciever*) untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu yang dalam prosesnya memiliki kemungkinan terjadinya *noise* atau gangguan.<sup>10</sup>



Gambar. 2.2  
Model Komunikasi Shannon dan Weaver

Model Shannon dan Weaver ini menyoroti problem penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Model itu melukiskan suatu sumber yang menyandi atau menciptakan pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran

---

<sup>10</sup>*Ibid*, hlm. 132.

kepada seorang penerima yang menyandi balik atau mencipta ulang pesan tersebut. Dengan kata lain, model Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan. Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran (*channel*) adalah medium yang mengirimkan sinyal (tanda) dari transmitter ke penerima (*receiver*). Dalam percakapan, sumber informasi ini adalah otak, transmitternya adalah mekanisme suara yang menghasilkan sinyal (kata-kata terucapan), yang ditransmisikan lewat udara (sebagai saluran). Penerima (*receiver*), yakni mekanisme pendengaran, melakukan operasi sebaliknya yang dilakukan transmitter dengan merekonstruksi dari sinyal, sasaran (*destination*) adalah (otak) orang yang tujuan pesan itu.<sup>11</sup>

Model Shannon dan Weaver dapat diterapkan kepada konteks-konteks komunikasi lainnya seperti komunikasi antar pribadi, komunikasi publik atau komunikasi massa. Sayangnya model ini juga memberikan gambaran yang parsial mengenai proses komunikasi. Komunikasi dipandang sebagai fenomena statis dan satu arah dan juga tidak ada konsep umpan balik atau transaksi yang terjadi dalam penyandian dan penyandian balik dalam model tersebut.<sup>12</sup>

## **B. Teori Komunikasi**

Komunikasi pada intinya adalah suatu proses penyampaian pesan dari orang pertama yang sering disebut dengan komunikator kepada orang lain yang dituju dan sering disebut dengan komunikan. Onong Uchajana Effendi mendefinisikan

---

<sup>11</sup> *Ibid*, hlm. 143-150.

<sup>12</sup> *Ibid*, hlm.150.

komunikasi sebagai, suatu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung), ataupun tidak langsung (dengan menggunakan media). Dari pemahaman tersebut, dalam ilmu komunikasi juga dikenal beberapa macam tipe komunikasi. Joseph A. DeVito, seorang professor komunikasi di City University of New York, dalam bukunya *Communicology* sebagaimana dikutip oleh Onong, menjelaskan bahwa Joseph membagi komunikasi atas empat macam yaitu : komunikasi intra pribadi, komunikasi antar pribadi, komunikasi publik, dan komunikasi massa. Dari berbagai jenis komunikasi, dari berbagai definisi, jenis komunikasi yang dijelaskan di atas, muncullah beberapa teori – teori komunikasi yang mengelompokkan, atau juga mempersepsikan komunikasi berdasarkan pandangan-pandangan tertentu, dan dari penggambaran teori tersebut dibuatlah sebuah model komunikasi, yang bertujuan untuk mempermudah dalam menjelaskan tentang teori komunikasi.<sup>13</sup>

Kata komunikasi berasal dari dua kata *communio* dan *community* berasal dari bahasa latin *communicare* yang berarti *to make common* membuat sesuatu bersama-sama atau *to share*. Pengertian komunikasi menurut istilah adalah proses atau tindakan untuk mengalihkan pesan dari suatu sumber kepada penerima melalui saluran media yang juga dimaknakan sebagai pertukaran, mengirimkan, mengalihkan, berbicara isyarat menulis, mendayagunakan dan menghubungkan<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> Onong Uchajana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2008), hlm. 53.

<sup>14</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Serba ada, Serba Makna*, (Jakarta: Pranada Media Group, 2011), hlm. 34.

Komunikasi juga diartikan sebagai pertukaran informasi, ide, sikap, emosi pendapat atau instruksi antara individu atau kelompok yang bertujuan untuk menciptakan sesuatu, memahami dan mengkoordinasikan suatu aktifitas.<sup>15</sup> Jika kita berasumsi bahwa komunikasi terjadi setelah penerima berhasil memahami pesan, maka telah terjadi kesalahan dalam pemaknaan komunikasi. Kesalahan dalam memaknai komunikasi akan berefek dengan kegagalan komunikasi. Jadi komunikasi tidak sama dengan memberikan informasi atau komunikasi berkaitan dengan penggunaan pengaruh, komunikasi lebih jauh dan lebih dalam. Oleh karena itu komunikasi dimaknakan sebagai sebuah proses merubah perilaku orang lain sehingga komunikan mau bertindak dan melaksanakan apa yang disampaikan komunikator.

### **C. Halal Dalam Pandangan Islam**

Halal artinya dibenarkan. Lawannya haram artinya dilarang atau tidak dibenarkan menurut syariat Islam. Sedangkan *thoyyib* artinya bermutu dan tidak membahayakan kesehatan. Kita diharuskan makan makanan yang halal dan *thoyyib*, artinya kita harus makan makanan yang sesuai dengan tuntunan agama dan bermutu, tidak merusak kesehatan.<sup>16</sup>

Dalam ajaran Islam, semua jenis makanan dan minuman pada dasarnya adalah halal, kecuali hanya beberapa saja yang diharamkan. Yang haram itupun menjadi halal bila dalam keadaan darurat. Sebaliknya, yang halal pun bisa menjadi haram bila

---

<sup>15</sup> *Ibid*, hlm. 35.

<sup>16</sup> Muhammad bin Shalih Al-Utsaimin, *Halal dan Haram Menurut Islam*, (Jakarta: Ummul Qura, 1998), hlm. 32.



dikonsumsi melampaui batas. Sebagaimana yang dijelaskan dalam firman Allah Swt.

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ  
عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٢٨﴾

Artinya: Hai manusia, makanlah dari apa yang terdapat di bumi, yang halal dan yang *thoyyib*. Dan janganlah kamu menuruti jejak setan (yang suka melanggar atau melampaui batas). Sesungguhnya setan itu adalah musuh kamu yang nyata. (QS Al Baqarah:128)

Dalam ayat yang lain Allah juga jelas menegaskan bahwa yang haram itu dilarang untuk dikonsumsi bagi umatnya. Berdasarkan firman Allah Swt.

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أَهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ ۖ وَالْمُنْخَنِقَةُ  
وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ  
وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ۚ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ ۗ الْيَوْمَ يَيسِسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا  
تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنِ ۚ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتِمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ  
الْإِسْلَامَ دِينًا ۚ فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ ۖ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٢٥٠﴾

Artinya Diharamkan bagi kamu sekalian bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang disembelih dengan tidak atas nama Allah, binatang yang tercekik, yang dipukul, yang terjatuh, yang ditanduk, yang diterkam binatang buas kecuali kamu sempat menyembelihnya, dan diharamkan juga bagimu binatang yang disembelih untuk dipersembahkan kepada berhala. (QS Al Maidah:3)

Pengertian halal dan haram ini sesungguhnya bukan hanya menyangkut kepada masalah makanan dan minuman saja, tetapi juga menyangkut perbuatan. Jadi ada perbuatan yang dihalalkan, ada pula perbuatan yang diharamkan.

Pengertian makanan dan minuman yang halal meliputi:<sup>17</sup>

### **1. Makanan yang Halal Secara Zatnya**

Allah Maha Pemurah lagi Maha Pengasih. Terlalu banyak bahkan hampir semua jenis makanan adalah halal dan dapat dikonsumsi. Sebaliknya terlalu sedikit jenis makanan yang diharamkan yang tidak boleh dikonsumsi. Hikmah pelarangan tersebut jelas Allah yang Maha Mengetahui. Adapun kebaikan dari adanya larangan tersebut jelas untuk kepentingan dan kebaikan bagi manusia itu sendiri. Diantaranya, sebagai penguji ketaatannya secara rohaniyah melalui makanan dan minumannya dan agar manusia tahu/mau bersyukur.

Bangkai, darah dan babi secara tegas diharamkan oleh Allah, sesuai dengan ayat diatas. Selanjutnya semua binatang yang mati tidak melalui proses penyembelihan hukumnya haram, disamakan dengan bangkai. Termasuk binatang yang mati dalam pengangkutan sekalipun baru sebentar, tidka boleh ikut disembelih dan dikonsumsi oleh manusia.

---

<sup>17</sup><http://www.halalmuibali.or.id/pengertian-halal-dan-haram-menurut-ajaran-islam/diakses>  
tanggal 12 September 2017 pukul 10:20 WIB.

## **2. Makanan yang Halal Menurut Cara Prosesnya**

Makanan yang halal tetapi bila diproses dengan cara yang tidak halal, maka menjadi haram. Memproses secara tidak halal itu bila dilakukan:

- a. Penyembelihan hewan yang tidak dilakukan oleh seorang muslim, dengan tidak menyebut atas nama Allah dan menggunakan pisau yang tajam.
- b. Penyembelihan hewan yang jelas-jelas diperuntukkan atau dipersembahkan kepada berhala (sesaji)

Karena darah itu diharamkan, maka dalam penyembelihan, darah hewan yang disembelih harus keluar secara tuntas, dan urat nadi leher dan saluran nafasnya harus putus dan harus dilakukan secara santun, menggunakan pisau yang tajam.

Daging hewan yang halal tercemar oleh zat haram atau tidak halal menjadi tidak halal. Pengertian tercemar disini bisa melalui tercampurnya dengan bahan tidak halal, berupa bahan baku, bumbu atau bahan penolong lainnya. Bisa juga karena tidak terpisahnya tempat dan alat yang digunakan memproses bahan tidak halal.

Adapun ikan baik yang hidup di air tawar maupun yang hidup di air laut semuanya halal, walaupun tanpa disembelih, termasuk semua jenis hewan yang hidup di dalam air.

Selain yang tersebut diatas, ada beberapa jenis binatang yang diharamkan oleh sementara pendapat ulama namun dasarnya masih mengundang perbedaan pendapat.

## **3. Halal Cara Memperolehnya**

Seorang muslim yang taat sangat memperhatikan makanan yang dikonsumsi. Islam memberikan tuntunan agar orang Islam hanya makan dan

minum yang halal dan *thoyyib*, artinya makanan yang sehat secara spiritual dan higienis.

Mengonsumsi makanan yang diperoleh dengan cara yang tidak halal berarti tidak halal secara spiritual akan sangat berpengaruh negatif terhadap kehidupan spiritual seseorang. Darah yang mengalir dalam tubuhnya menjadi sangar, sulit memperoleh ketenangan, hidupnya menjadi beringas, tidak pernah mengenal puas, tidak pernah tahu bersyukur, ibadah dan doanya sulit diterima oleh Tuhan.

#### **4. Minuman yang Tidak Halal**

Semua jenis minuman yang memabukkan adalah haram. Termasuk minuman yang tercemar oleh zat yang memabukkan atau bahan yang tidak halal. Yang banyak beredar sekarang berupa minuman beralkohol.

Kebiasaan mabuk dengan minum minuman keras itu rupanya sudah ada sejak lama dan menjadi kebiasaan oleh hampir semua bangsa didunia. Pada zaman Nabi Muhammad Saw, masyarakat Arab juga mempunyai kebiasaan ini. Nabi memberantas kebiasaan jelek ini secara bertahap.

Pertama, melarang orang melakukan salat selagi masih mabuk (QS An Nisa: 34). Berikutnya menyatakan bahwa khamar atau minuman keras itu dosanya atau kejelekannya lebih besar dari manfaatnya atau kebaikanannya (QS Al Baqarah: 219). Terakhir baru larangan secara tegas, menyatakan bahwa minuman keras itu adalah perbuatan keji, sebagai perbuatan setan, karena itu supaya benar-benar di jauhi (QS Al Maidah: 90)

#### **D. Kajian Terdahulu**

Penelitian terkait dengan model komunikasi Majelis Ulama Indonesia khususnya kota Medan, sejauh penulis lakukan penelusuran belum ada yang fokus terhadap isu tersebut. Oleh karena kajian terdahulu ini ingin memetakan kajian yang bersinggungan dan memiliki objek yang sama namun isu yang berbeda. Diantaranya yang penulis temukan yaitu, judul skripsi yang ditulis oleh Indra Gunawan dengan judul Strategi Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Korupsi Kepada Ummat Islam Indonesia.<sup>18</sup> Temuan dari penelitian tersebut adalah dalam mensosialisasikan fatwa haram korupsi, MUI menggunakan strategi yang umum digunakan meliputi rumusan strategi yang menganalisis kekuatan kelemahan, peluang dan ancaman. Setelah itu melakukan implementasi dan diakhiri dengan evaluasi. MUI masih bertumpu pada webset sebagai media sosialisasi.

Keterikatan antara kajian terdahulu dengan penelitian ini yaitu, model komunikasi Majelis Ulama Indonesia dalam mensosialisasikan Fatwa Haram Korupsi Kepada Ummat Islam Di Indonesia, namun disini peneliti lebih berfokus pada hal sertifikasi halal makanan yang menjadi bahasan dalam penelitian ini, serta dalam ruang lingkup yang lebih sempit yaitu di daerah kota Medan.

---

<sup>18</sup>Indra Gunawan, *Skripsi:Strategi Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Korupsi Kepada Ummat Islam Indonesia*,(Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, tahun 2010).

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang digolongkan kepada penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendekati uraian mendalam tentang ucapan, tulisan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok masyarakat maupun organisasi dalam setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang komprehensif.<sup>19</sup>

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologi komunikasi. Liliwery berpendapat bahwa sosiologi komunikasi merupakan cabang dari sosiologi yang mempelajari atau menerangkan mengenai prinsip-prinsip keilmuan (ilmu sosial, sosiologi) tentang bagaimana proses komunikasi manusia dalam kelompok atau masyarakat.<sup>20</sup>

##### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di lembaga Majelis Ulama Indonesia kota Medan yang berlokasi di jalan Nusantara No.3 Kotamatsmur III, Medan Kota, Kota Medan. Fokus dari lembaga ini dilakukan pada bidang yang menangani urusan sertifikasi halal. Meskipun tetap melihat secara keseluruhan dari lembaga MUI kota Medan sebagai satu kesatuan organisasi yang saling berkoordinasi.

---

<sup>19</sup> Rosyadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2004), hlm. 213.

<sup>20</sup> Alo Liliwery, *Komunikasi Serba ada, Serba Makna*, (Jakarta: Pranada Media Group, 2011).

Lokasi penelitian tidak membatasi proses pencarian data jika memang dibutuhkan untuk sampai keluar dari kota Medan, misalnya terkait dengan arsip dan data-data primer maupun sekunder guna kelengkapan data penelitian.

### **C. Informan Penelitian**

Informan penelitian adalah mengambil objek yang ada di lingkungan Majelis Ulama Indonesia kota Medan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mereka yang aktif dan terlibat secara langsung terkait dengan peran dan fungsi Majelis Ulama Indonesia kota Medan. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Dr. Muhammad Basri, MA sebagai sekretaris LPPOM MUI kota Medan yang dalam hal ini bekerjasama dengan Kementerian Kesehatan dan kementerian Agama dan H. Rahmad Hidayat Nasution, Lc, selaku Sekretaris Informasi dan Komunikasi MUI kota Medan.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memungkinkan tercapainya hasil yang diharapkan peneliti, adapun alat pengumpulan data yang penulis gunakan adalah:

- a. Wawancara mendalam (*Indepeth Interview*) yaitu: mengadakan serangkaian wawancara kepada informan atau sumber pengurus MUI Kota Medan, pihak-pihak yang terlibat dalam sosialisasi sertifikasi halal dan pelaku usaha yang mendapatkan sosialisasi sertifikasi halal untuk memperoleh data dan keterangan yang di butuhkan dalam penulisan penelitian ini. Tipe wawancara yang digunakan peneliti yaitu wawancara yang tidak terstruktur, dengan tipe ini maka informan diberi kebebasan untuk memberikan penjelasan tentang apa yang diketahuinya objek penelitian ini.

Tempat wawancara dilakukan di kantor MUI kota Medan, dan atau tempat informan yang bersedia untuk diwawancarai. Waktu penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan.

- b. Observasi adalah melakukan pengamatan langsung dilokasi MUI kota Medan untuk mendapatkan data yang diteliti. Observasi ini dilakukan beberapa minggu lebih. Dengan alasan peneliti melakukan observasi karena ingin mengetahui model komunikasi MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Adapun teknik analisis data dalam skripsi ini menggunakan teknik analisis kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang diperoleh dan dianalisis dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu memilih data-data yang pokok dengan penelitian yang didapatkan dilapangan. Data yang didapatkan melalui dari hasil wawancara maupun dokumentasi. Reduksi data berfungsi untuk memperjelas temuan-temuan dilapangan dengan cara menyeleksi data relevan yang diperoleh dari wawancara maupun observasi. Reduksi data dimulai sejak peneliti mengkasus pertanyaan yang diajukan dan tentang cara pengumpulan data yang dipakai, reduksi data berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung dan merupakan bagian dari analisis.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Agus Salim, *Teori dan Paradigma Sosial*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006), hlm. 22.



## 2. Penyajian Data

Hasil reduksi data tersebut kemudian peneliti sajikan dalam bentuk deskripsi sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan penarikan kesimpulan. Penyajian data merupakan suatu kesimpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan informasi, yang termasuk data yang berkaitan dengan kegiatan.<sup>22</sup>

## 3. Penarik Kesimpulan

Langkah ketiga dari analisis data adalah penarikan atau verifikasi kesimpulan. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid saat ini peneliti kembali terjun ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menggunakan metode berpikir induktif, yaitu metode analisis data dengan memeriksa fakta-fakta yang khusus kemudian ditarik kesimpulan yang lebih umum.<sup>23</sup>

## F. Teknik Menguji Keabsahan Data

Menurut Rachman bahwa penelitian disamping menggunakan cara yang tepat, juga perlu memiliki teknik dan alat pengumpulan data yang relevan. Cara yang digunakan untuk proses pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan proses triangulasi, sumber yang dilakukan dengan cara penulis menganalisis kebenaran data dengan hasil pengamatan dan data yang diperoleh dengan hasil wawancara. Kemudian peneliti mengecek ulang informasi yang diperoleh dengan

---

<sup>22</sup> *Ibid*, hlm. 23.

<sup>23</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 252.

cara membandingkan data yang diperoleh dari sumber yang berbeda-beda. Selanjutnya peneliti membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi. Jawaban yang diberikan informan dibandingkan dengan isi suatu dokumen yang masih memiliki keterkaitan dengan objek penelitian.

Sehingga cara yang digunakan untuk pengumpulan data ini dengan cara perbandingan antara melihat situasi yang ada dengan pandangan orang yang mengetahui situasi sekitarnya.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Rusady Ruslan, *Metode Penelitian Publik Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 15.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Temuan Umum**

##### **1. Sejarah Terbentuknya LPPOM MUI Kota Medan**

MUI sebagai sebuah lembaga swadaya masyarakat berperan aktif untuk membimbing, membina dan mengayomi kaum muslimin di seluruh Indonesia. Peran aktif ini juga meliputi urusan tentang sertifikasi halal berkaitan dengan pangan, obat-obatan, dan kosmetik. Untuk itu, MUI, secara nasional, membentuk suatu badan yang bertanggung jawab untuk mengurus tentang sertifikasi halal tersebut. Badan yang dibentuk untuk mengurus persoalan sertifikasi halal, yaitu Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika, atau yang lebih dikenal dengan singkatan LPPOM MUI.

LPPOM MUI sendiri dibentuk berdasarkan atas mandat dari Pemerintah/negara agar Majelis Ulama Indonesia (MUI) suatu badan yang mengurus persoalan kehalalan suatu produk, baik makanan, minuman, obat-obatan, maupun kosmetik. Pemberian mandat pemerintah kepada MUI pada saat itu juga didasari oleh maraknya pemberitaan di tahun 1988, tentang adanya lemak babi yang ada dalam suatu produk. Adanya lemak babi dalam suatu produk tersebut menimbulkan keresahan dikalangan masyarakat, khususnya umat muslim Indonesia. Sehingga pemerintah meminta berperan aktif dalam meredakan kasus lemak babi di Indonesia

pada tahun 1988. Kemudian pada tanggal 6 Januari 1989, dibentuklah LPPOM MUI untuk melakukan pemeriksaan dan sertifikasi kehalalan terhadap suatu produk.

Untuk memperkuat posisi LPPOM MUI menjalankan fungsi sertifikasi halal, maka pada tahun 1996, dilakukan penandatanganan Nota Kesepakatan Kerjasama antara Departemen Agama, Departemen Kesehatan dan MUI. Nota kesepakatan tersebut kemudian disusul dengan penerbitan Keputusan Menteri Agama (KMA) 518 Tahun 2001 dan KMA 519 Tahun 2001, yang menguatkan MUI sebagai lembaga sertifikasi halal serta melakukan pemeriksaan/audit, penetapan fatwa, dan menerbitkan sertifikat halal.

Dalam proses dan pelaksanaan sertifikasi halal, LPPOM MUI melakukan kerjasama dengan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), Kementerian Agama, Kementerian Pertanian, Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta sejumlah perguruan tinggi di Indonesia antara lain Institut Pertanian Bogor (IPB), Universitas Muhammadiyah Dr. Hamka, Universitas Djuanda, UIN, Universitas Wahid Hasyim Semarang, serta Universitas Muslimin Indonesia Makasar.

Sedangkan kerjasama dengan lembaga telah terjalin dengan Badan Standarisasi Nasional (BSN), Kadin Indonesia Komite Timur Tengah, GS1 Indonesia, dan Research in Motion (Blackberry). Khusus dengan Badan POM, sertifikat halal MUI merupakan persyaratan dalam pencantuman label halal pada kemasan untuk produk yang beredar di Indonesia. Sebagai sebuah lembaga yang berperan untuk sertifikasi

halal, LPPOM MUI juga telah menunjukkan eksistensi dan kredibilitasnya, baik di tingkat nasional maupun internasional. Sistem sertifikasi dan sistem jaminan halal yang dirancang serta diimplementasikan oleh LPPOM MUI telah pula diakui bahkan juga diadopsi oleh lembaga-lembaga sertifikasi halal luar negeri, yang kini mencapai 42 lembaga dari 23 negara.

Kini, dalam usianya yang ke-28 tahun, LPPOM MUI juga telah terbentuk di berbagai wilayah di Indonesia, mulai dari tingkat provinsi maupun tingkat kabupaten/kota, termasuk LPPOM MUI di Kota Medan. Keberadaan LPPOM MUI merupakan bentuk tanggung jawab kepada masyarakat, khususnya umat muslim untuk menerapkan pola hidup dengan mengkonsumsi produk makanan dan minuman khususnya yang halal, serta produk lainnya pada umumnya.

Adapun struktur atau susunan pengurus Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetik (LPPOM) Majelis Ulama Indonesia Kota Medan masa khidmat 2016-2021 adalah sebagai berikut:<sup>25</sup>

Direktur	: dr. Hasanul Arifin, Span.KAP. KIC
Wakil Direktur	: Dra. Erlina Sary S
Wakil Direktur	: Drs. Faturrahman Harun, M.Si, Apt
Sekretaris	: H. Muhammad Basri, MA
Wakil Sekretaris	: Abdul Wahab Absam, SHI
Anggota	: Ir. Risnawati, MM

---

<sup>25</sup><http://muimedan.com/struktur/>, di post pada tanggal 26 april 2017.

Anggota : Fahry Riswal Manurung, S.Si

Anggota : Hidir Dongoran, S.Si

Anggota : Wahyuddin Tanjung, S.Si

Anggota : Hartono, SKM, M. Kes

Anggota : Abdul Muthalib Harahap, SE

## **2. Persyaratan dan Prosedur Sertifikasi Halal LPPOM MUI**

Sertifikat halal MUI merupakan fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Tujuan sertifikasi Halal MUI pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk untuk dikonsumsi. Penerbitan sertifikasi halal yang dilakukan oleh LPPOM MUI difokuskan pada produk-produk yang meliputi: (1) industri pengolahan, yang meliputi pangan (makanan dan minuman), obat, dan kosmetika, (2) Rumah Potong Hewan (RPH), dan (3) restoran, katering ataupun dapur.

Untuk itu, bagi perusahaan yang ingin memperoleh sertifikat halal LPPOM MUI, baik industri pengolahan, Rumah Potong Hewan (RPH), maupun restoran, harus melakukan proses pendaftaran sertifikasi halal dan harus memenuhi persyaratan sertifikasi halal, mengikuti prosedur yang telah ditetapkan oleh LPPOM MUI.

Persyaratan dan prosedur penerbitan sertifikat halal oleh LPPOM MUI pada dasarnya mengacu pada peraturan yang telah ditetapkan oleh LPPOM MUI Pusat. Peraturan tentang persyaratan penerbitan sertifikat halal ini yang kemudian menjadi

acuan LPPOM MUI pada tingkat provinsi maupun kabupaten/kota. Penyeragaman aturan persyaratan ini bertujuan agar tidak terjadi tumpang-tindih di berbagai daerah dalam pelaksanaan proses sertifikasi halal.

Adapun persyaratan dan prosedur untuk proses sertifikasi halal sebagaimana tertuang dalam dokumen yang dikenal dengan sebutan “HAS 23000”. HAS 23000 adalah dokumen yang berisi persyaratan dan prosedur sertifikasi halal LPPOM MUI. HAS 23000 terdiri dari 2 bagian, yaitu Bagian I tentang Persyaratan Sertifikasi Halal: Kriteria Sistem Jaminan Halal (HAS 23000:1) dan Bagian (II) tentang Persyaratan Sertifikasi Halal : Kebijakan dan Prosedur (HAS 23000:2).

Sementara prosedur sertifikasi halal secara keseluruhan, yang meliputi persyaratan dan prosedur pada HAS 23000, baik pada bagian I maupun pada bagian II yaitu dapat dijelaskan sebagai berikut.<sup>26</sup>

1. Perusahaan harus memahami persyaratan sertifikasi halal yang tercantum dalam HAS 23000. Selain itu, perusahaan harus mengikuti pelatihan SJH yang diadakan LPPOM MUI, baik pelatihan reguler atau online (e-training).
2. Perusahaan harus menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH) sebelum melakukan pendaftaran sertifikasi halal, antara lain: penetapan kebijakan halal, penetapan tim manajemen halal, pembuatan manual SJH, pelaksanaan pelatihan, penyiapan prosedur terkait SJH, pelaksanaan internal audit dan kaji ulang manajemen.

---

<sup>26</sup>Penjelasan prosedur sertifikasi halal ini di kutip dari laman: [http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/56/1362/page/1](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/56/1362/page/1)

3. Menyiapkan dokumen sertifikasi halal;Perusahaan harus menyiapkan dokumen yang diperlukan untuk sertifikasi halal, antara lain: daftar produk, daftar bahan dan dokumen bahan, daftar penyembelih (khusus RPH), matriks produk, Manual SJH, diagram alir proses, daftar alamat fasilitas produksi, bukti sosialisasi kebijakan halal, bukti pelatihan internal dan bukti audit internal.
4. Melakukan pendaftaran sertifikasi halal (upload data);Pendaftaran sertifikasi halal dilakukan secara online di sistem Cerol melalui website [www.e-lppommui.org](http://www.e-lppommui.org). Perusahaan harus membaca user manual Cerol terlebih dahulu untuk memahami prosedur sertifikasi halal. kemudian Perusahaan harus melakukan upload data sertifikasi sampai selesai, baru dapat diproses oleh LPPOM MUI.
5. Melakukan monitoring pre audit dan pembayaran akad sertifikasi;Setelah melakukan upload data sertifikasi, perusahaan harus melakukan monitoring pre audit dan pembayaran akad sertifikasi. Monitoring pre audit disarankan dilakukan setiap hari untuk mengetahui adanya ketidaksesuaian pada hasil pre audit. Pembayaran akad sertifikasi dilakukan dengan mengunduh akad di Cerol, membayar biaya akad dan menandatangani akad, untuk kemudian melakukan pembayaran di Cerol dan disetujui oleh bendahara LPPOM MUI.
6. Pelaksanaan audit; Audit dapat dilaksanakan apabila perusahaan sudah lolos pre audit dan akad sudah disetujui. Audit dilaksanakan di semua fasilitas yang berkaitan dengan produk yang disertifikasi.
7. Melakukan monitoring pasca audit; Setelah melakukan upload data sertifikasi, perusahaan harus melakukan monitoring pasca audit. Monitoring pasca audit



disarankan dilakukan setiap hari untuk mengetahui adanya ketidaksesuaian pada hasil audit, dan jika terdapat ketidaksesuaian agar dilakukan perbaikan.

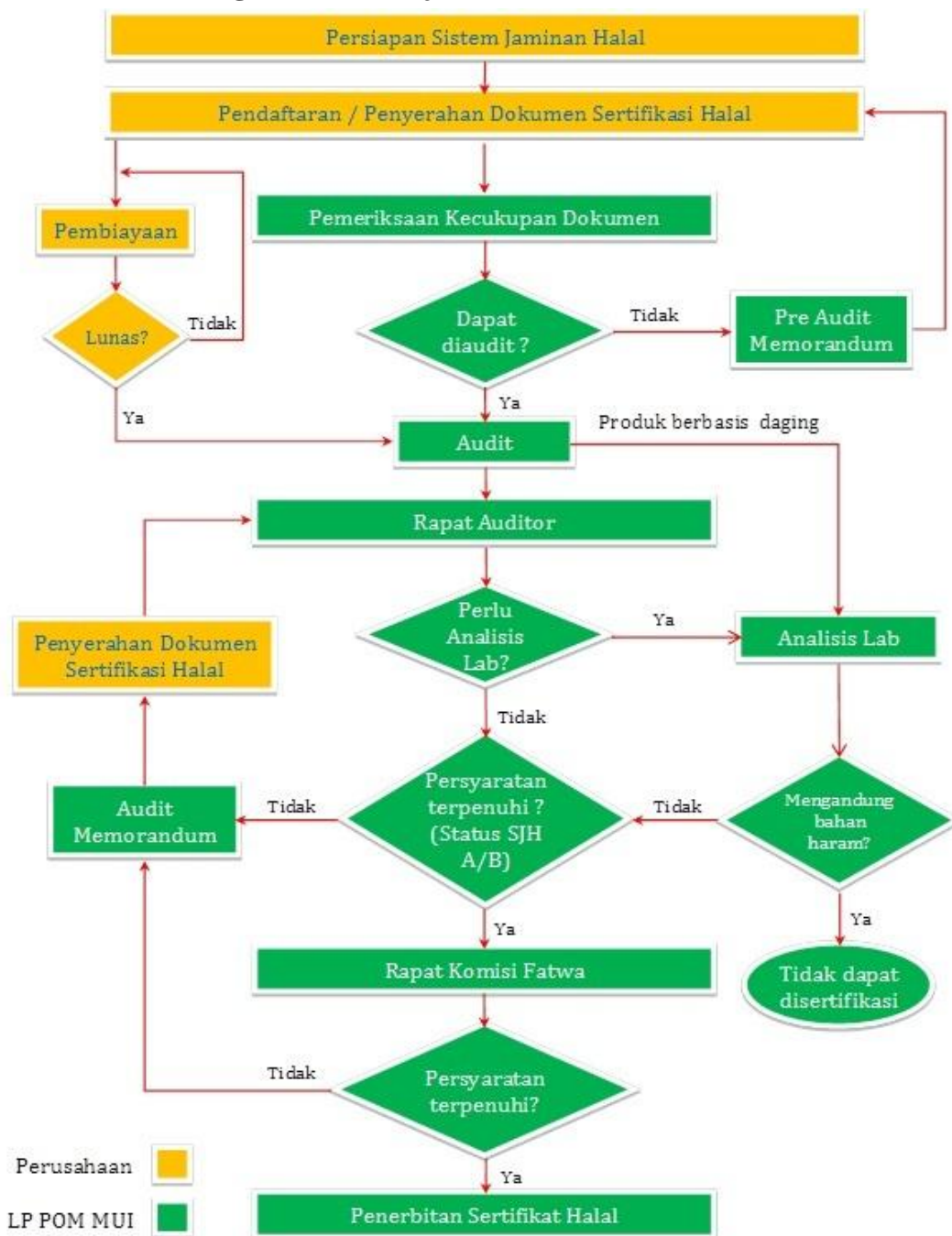
8. Memperoleh Sertifikat halal;Perusahaan dapat mengunduh Sertifikat halal dalam bentuk softcopy di Cerol. Sertifikat halal yang asli dapat diambil di kantor LPPOM MUI Banten dan dapat juga dikirim ke alamat perusahaan. Sertifikat halal berlaku selama 2 (dua) tahun.

Kebijakan dan Prosedur dapat dilihat pada bentuk diagram alir berikut ini.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup>Diagram alir ini dikutip dari laman website LPPOM MUI dengan alamat situs: [http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/58/1366/page/1](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/58/1366/page/1)

**Gambar: Diagram Alir Kebijakan dan Prosedur sertifikasi Halal.**



### **3. Pengguna Sertifikasi Halal di Kota Medan**

Berdasarkan tujuannya, keberadaan LPPOM-MUI merupakan sebuah lembaga yang membantu masyarakat untuk memudahkan proses pemeriksaan kehalalan suatu produk. Dengan mendaftarkan suatu produk untuk diaudit keabsahan halalannya oleh LPPOM-MUI sebuah perusahaan dapat mencantumkan label halal ada produk. Hal ini berarti produk tersebut telah halal untuk dikonsumsi oleh umat muslim dan hilangnya *barrier* nilai yang membatasi produk dengan konsumen muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal padaemasannya.

Namun kenyataan yang berlaku sampai saat ini adalah bahwa LPPOM-MUI memberikan sertifikat halal kepada produsen-produken obat dan makanan yang secara sukarela mendaftarkan produknya untuk diaudit LPPOM MUI. Dengan begitu produk yang beredar di kalangan konsumen muslim bukanlah produk-produk yang secara keseluruhannya telah mencantumkan label halal padaemasannya. Artinya Masih banyak produk yang beredar dimasyarakat belum memiliki sertifikasi halal yang ada pada kemasan produknya.

Di LPPOM MUI Kota Medan sendiri, registrasi terhadap sebuah produk hanya sebatas pada produk - produk pangan dan juga restoran. Untuk registrasi halal pada produk obat-obatan dan kosmetik masih sangat minim, dan dapat dikatakan produsen obat-obatan dan kosmetik di kota Medan belum ada yang melakukan registrasi halal. Kondisi yang demikian ini dijelaskan oleh Sekertaris LPPOM MUI kota Medan, Dr. Muhammad Basri, MA, sebagai berikut:

Untuk obat-obatan, sampai sekarang belum ada yang mendatangi LPPOM MUI kota Medan untuk registrasi sertifikasi halal. Mungkin di pusat, karena mungkin produsen obat-obatan mengurus sertifikasi halalnya ditingkat pusat.

Untuk masalah kosmetik sendiri, nampaknya masih belum ada, tidak terlalu kali tampaknya. Kalau kosmetik sangat sedikit yang memiliki sertifikat halal. Kalau untuk di Medan kayaknya belum ada yang perusahaan kosmetik yang mendatangi kita untuk sertifikasi halal. Tapi kalau di Jakarta mungkin sudah ya untuk sertifikasi halalnya. Kalau di Medan belum ada.

Sejauh ini masih makanan dan minuman. Restoran juga ada. Hanya terkait dengan pangan lah.<sup>28</sup>

Dari pernyataan diatas, diketahui bahwa hingga saat ini terdapat produk-produk yang tidak memiliki sertifikasi halal, khususnya produk obat-obatan dan kosmetik. Kondisi seperti ini tidak menutup kemungkinan bahwa masih banyak produk makanan dan minuman yang beredar di sekitar kita tidak berlabelkan halal. Hal ini sangatlah mengkhawatirkan karena pemerintah bersifat pasif, produsen enggan mendaftarkan kehalalan produknya, masyarakat acuh tak acuh. Ketiga hal inilah salah satu penyebab yang melatari lambatnya akan kehalalan produk di Indonesia.

Padahal ini merupakan kewajiban produsen atau perusahaan untuk mendaftarkan produknya, demi melindungi konsumen dari produk yang tidak halal. Sementara masyarakat muslim di seluruh dunia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus mereka dalam mengonsumsi produk halal. Di Amerika Serikat yang jumlah kaum muslimin minoritas, yang pola konsumsi produk mereka ingin sejalan dengan ajaran agama Islam.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Wawancara dengan Dr. Muhammad Basri, MA, sebagai Sekertaris LPPOM MUI Medan, pada 21 April 2017, di kantor LPPOM MUI Kota Medan

<sup>29</sup> Muchtar, *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal*, dalam jurnal Jurnal Multikultural & Multireligius Vol. 11. No 2, hlm. 130

Menyadari hal tersebut maka pemerintah berkewajiban melindungi warga negaranya dalam mengonsumsi produk yang tidak halal. Hal ini merupakan implementasi dari amanat yang diatur dalam sejumlah peraturan perundang-undangan, antara lain dalam pasal 30 UU Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, mengatur mengenai label dan iklan pangan: (1) Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan. (2) Label sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Memuat sekurang-kurangnya keterangan mengenai: a. nama produk; b. daftar bahan yang digunakan; c. berat bersih atau isi bersih; d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia; e. keterangan tentang halal; dan f. tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa. BPOM mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan persetujuan, pencantuman tulisan halal pada label berdasarkan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI dan telah menerapkan Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB).

Artinya produk tersebut halal untuk dikonsumsi oleh umat Islam. Setelah melalui proses audit, memberikan persetujuan untuk mencantumkan tulisan/logo halal pada label berdasarkan sertifikat halal yang dikeluarkannya. Artinya bahwa produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsure unsure yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi oleh konsumen muslim. Dengan demikian konsumen muslim diharapkan

pada produk-produk halal yang diwakili dengan label halal yang ada kemasannya dan produk yang tidak memiliki label halal pada kemasannya. Maka keputusan membeli produk-produk yang berlabel halal atau tidak akan ada sepenuhnya di tangan konsumen sendiri.<sup>30</sup>

Namun perlu juga dijelaskan disini bahwa label halal yang tercantum pada kemasan produk, baik produk pangan, kosmetik ataupun obat-obatan, yang dilakukan oleh produsen atau pelaku usaha terkadang bukanlah bentuk “label halal” yang dikeluarkan MUI. Artinya, produsen atau pelaku usaha (baik kecil maupun perusahaan) mencantumkan bentuk label-label halal pada kemasannya namun bentuk label halal tersebut bukanlah bentuk label halal LPPOM MUI.<sup>31</sup> Sehingga di masyarakat timbul kerancuan terhadap label halal, mana yang berasal dari MUI, dan mana yang tidak. Sebagai contoh logo yang bukan dari LPPOM MUI dapat lihat gambar di bawah ini



Contoh bentuk label halal yang bukan dikeluarkan oleh LPPOM MUI

Oleh sebab itu BPOM yang dibentuk oleh pemerintah bertugas mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan persetujuan, pencantuman tulisan halal pada label berdasarkan sertifikasi halal yang dikeluarkan

---

<sup>30</sup> Muchtar, *Perilaku Komunitas Muslim...*, hlm. 130.

<sup>31</sup> Di rangkum dari hasil wawancara dengan Dr. Muhammad Basri, MA, sebagai Sekertaris LPPOM MUI Medan, pada 21 April 2017, di kantor LPPOM MUI Kota Medan.

oleh LPPOM-MUI dan telah menerapkan Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB). Sedangkan label halal yang resmi dikeluarkan oleh LPPOM MUI dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



**NO. 00160068270214**

Label halal LPPOM MUI

Keberadaan LPPOM-MUI dapat membantu masyarakat untuk memudahkan proses pemeriksaan kehalalan suatu produk. Dengan mendaftarkan suatu produk untuk diaudit keabsahan halalannya oleh LPPOM-MUI sebuah perusahaan dapat mencantumkan label halal pada produk. Hal ini berarti produk tersebut telah halal untuk dikonsumsi oleh umat muslim dan konsumen muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal padaemasannya.

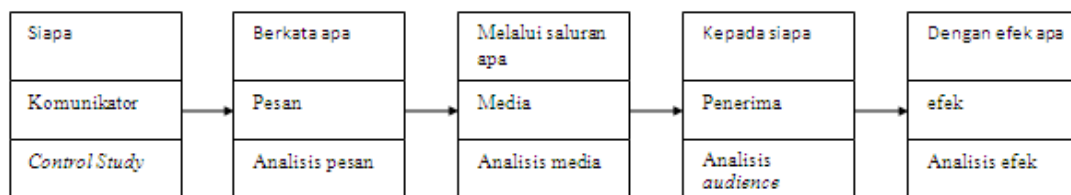
Karena itulah dibutuhkan adanya sosialisasi dari pihak LPPOM MUI kepada seluruh lapisan masyarakat agar mereka dapat mengetahui perbedaan antara logo halal yang asli dan mana logo halal yang palsu atau abal-abal. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti kepada pihak LPPOM MUI mengemukakan bahwa, adapun cara yang ditempuh oleh LPPOM MUI dalam mensosialisasikan label halal resmi kepada masyarakat yaitu melalui Majelis Taklim, perusahaan-perusahaan IKM binaan dinas-dinas Kabupaten/Kota, brosur, spanduk, website.

## B. Temuan Khusus

### 1. Model Komunikasi LPPOM MUI Kota Medan Dalam Sosialisasi Sertifikasi Halal

Setiap orang memerlukan komunikasi dengan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Oleh sebab itu, komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia. Makna dari komunikasi adalah proses pertukaran informasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan melalui media/saluran yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap/perilaku komunikan agar sesuai dengan keinginan komunikator.

Model Komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen dengan komponen lainnya.<sup>32</sup> Berikut ini model yang diturunkan dari definisi sekaligus dari teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu, Model Formula Lasswel. (Model ini dianggap menggambarkan proses komunikasi karena memperlihatkan urutan peristiwa dalam komunikasi dari komunikator hingga efek).



Gambar 1 Model Lasswel

---

<sup>32</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm. 5.



Model komunikasi klasik dari Lasswell ini menunjukkan bahwa pihak pengirim pesan (komunikator) pasti mempunyai suatu keinginan untuk mempengaruhi pihak penerima (komunikasi), dan karenanya komunikasi harus dipandang sebagai upaya persuasi. Setiap upaya penyampaian pesan dianggap akan menghasilkan akibat, baik positif ataupun negatif. Dan hal ini, menurut Lasswell banyak ditentukan oleh bentuk dan cara penyampiannya.

Dari penjelasan singkat mengenai model komunikasi Lasswel di atas, kita dapat menganalisis model komunikasi yang digunakan oleh LPPOM MUI Kota Medan dalam sosialisasi sertifikasi halal, yang meliputi: *Who* (siapa/sumber), *Says What* (pesan), *In Which Channel* (saluran/media), *To Whom* (untuk siapa/penerima), *With What Effect* (dampak/efek). Dari gambar bagan di atas, dapat dijelaskan bahwa:

1. *Who* (siapa/sumber). Sumber/komunikator adalah pelaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu negara sebagai komunikator. Dalam konteks sosialisasi sertifikasi halal, LPPOM MUI kota Medan sebagai sebuah organisasi menjadi pelaku (komunikator) utama. Artinya LPPOM MUI merasa penting untuk menyampaikan informasi seputar sertifikasi halal. Meskipun harus diakui bahwa LPPOM MUI kota Medan sebagai komunikator utama dalam usaha mensosialisasikan sertifikasi halal juga dibantu oleh mediamassa lokal. Media lokal inilah yang turut membantu dengan membuat liputan berita yang pada dasarnya turut mensosialisasikan prihal sertifikasi halal

2. *Says What* (pesan). Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Person merupakan seperangkat symbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/ maksud sumber tadi. Ada 3 komponen pesan yaitu makna, symbol untuk menyampaikan makna, dan bentuk/organisasi pesan.

Dalam berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya, proses komunikasi tersebut menggunakan kata-kata, bahasa, symbol-simbol, gambar dan sebagainya agar orang yang diajak komunikasi (komunikan) dapat mengerti pesan apa yang disampaikan oleh si penyampai pesan (komunikator). Kata-kata, bahasa, symbol-simbol, gambar ini digunakan oleh LPPOM MUI Kota Medan untuk menyampaikan pesan-pesan sosialisasi tentang sertifikasi halal. Simbol yang paling mudah dikenali oleh masyarakat ialah simbol logo halal yang dicantumkan pada kemasan produk. Simbol inilah merupakan tanda dan pesan yang diberikan kepada masyarakat agar mudah mengidentifikasi kehalalan sebuah produk.

Isi pesan tersebut pada dasarnya merupakan himbauan kepada masyarakat untuk selalu menggunakan/mengonsumsi bahan yang halal. Disamping itu juga, isi pesan sosialisasi juga berupa himbauan kepada para produsen (pelaku usaha), baik pangan, kosmetik, obat-obatan, untuk mendaftarkan dan melakukan registrasi halal untuk produk-produknya.

3. *In Which Channel* (saluran/media), adalah wahana/ alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara

langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik, maupun media online). Setiap media yang digunakan tentunya harus mempertimbangkan efektifitas penyampaian pesan, karena pada dasarnya setiap media yang digunakan untuk sarana sosialisasi pasti memiliki kekurangan dan kelebihan.

Dalam rangka penggunaan media sebagai sarana komunikasi, LPPOM MUI kota Medan menggunakan media-media yang dianggap efektif untuk kegiatan sosialisasi. Proses komunikasi sosialisasi yang digunakan berdasarkan tipe komunikasi langsung (tatap muka) dilakukan melalui kegiatan-kegiatan, seperti, kegiatan seminar, pelatihan, penyuluhan. Selain kegiatan tersebut sarana (media) sosialisasi yang digunakan LPPOM MUI kota Medan yaitu dengan kegiatan ceramah dan khotbah, kegiatan ini dilakukan oleh para ustadz-ustadz dan da'i, khususnya yang berada dilingkungan serta membuka stand-stand pada saat even tertentu. Kegiatan-kegiatan ini dianggap efektif untuk menyampaikan pesan terkait dengan sertifikasi halal kepada pada komunikan, yaitu pada masyarakat luas dan juga pelaku usaha, baik pangan, obat-obatan, maupun kosmetik.

Adapun komunikasi sosialisasi berdasarkan model/tipe tidak langsung (melalui media cetak/elektronik, maupun media online).yang dipilih oleh LPPOM MUI Kota Medan dalam melakukan sosialisasi dan promosi produk halal, mencakup : (1).Media cetak, seperti : surat kabar (koran), majalah, tulisan artikel, brosur, (2). Media elektronik, seperti: TV dan radio, (3). Even-even

husus, seperti: MTQ, Penyuluhan dan Bazaar, dengan membuka stan yang berisi produk-produk halal. serta (4). Serta sosial media dan internet, *facebook* dan *instagram*.

Karakteristik saluran (*channel*) yang digunakan oleh LPPOM MUI Kota Medan berbeda-beda dan memiliki karakteristik tersendiri yang berbeda satu sama lainnya. Tiap medium juga secara khusus mempunyai kelebihan dan kekurangan. Oleh karena itu, penentuan suatu medium perlu disesuaikan dengan tujuan dan kemampuan dari masing-masing medium. Dalam hal ini, yang perlu diperhatikan adalah, *pertama*, karakteristik media yang mencakup kebutuhan luasnya jangkauan dan kecepatan penetrasi, kebutuhan pemeliharaan memori, kebutuhan jangkauan khalayak yang selektif, kebutuhan jangkauan khalayak lokal, kebutuhan frekuensi tinggi. Kedua, karakteristik kreatif yang mencakup kebutuhan gerak, kebutuhan warna, kebutuhan suasana, kebutuhan demonstrasi, kebutuhan deskriptif. Sedangkan karakteristik khalayak (*audience*) merupakan faktor penentu keberhasilan komunikasi. Ukuran keberhasilan upaya komunikator adalah apabila pesan-pesan yang disampaikan melalui saluran/medium yang diterima sampai pada khalayak sasaran, dipahami, dan mendapatkan tanggapan positif, dalam arti sesuai dengan harapan komunikator.<sup>33</sup>

4. *To Whom* (untuk siapa/penerima). Orang/ kelompok/ organisasi/ suatu negara yang menerima pesan dari sumber. Disebut tujuan (*destination*)/ pendengar

---

<sup>33</sup> Riswandi, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu dan Universitas Mercu Buana, 2009), hlm. 136-139.

(*listener*)/ khalayak (*audience*)/ komunikan/ penafsir/ penyandi balik (*decoder*).

Komunikasi LPPOM Kota Medan dalam rangka sosialisasi sertifikasi halal pada dasarnya menasar pada 2 subjek utama, yaitu pertama, masyarakat secara luas(khusus umat muslim) sebagai konsumen, dan pelaku usaha atau perusahaan sebagai produsen.

5. *With What Effect* (dampak/efek). Dampak/efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan dan lain sebagainya

Dari seluruh rangkaian komunikasi sosialisasi yang dilakukan LPPOM MUI Kota Medan, dampak atau efek yang dimunculkan merupakan salah satu unsur terpenting. Dari sosialisasi ini diharapkan memunculkan dampak yang positif, yaitu berupa informasi dan edukasi kepada masyarakat (khususnya muslim) dan juga pelaku usaha tentang persoalan kehalalan suatu produk. Melalui kegiatan sosialisasi dan promosi halal diharapkan masyarakat dan pelaku usaha dapat memahami tentang pentingnya produk halal. Kemudian di sisi lain dampak dari sosialisasi ini dapat mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain untuk mengkonsumsi pangan obat-obatan maupun kosmetik yang berlabelkan halal.

## **2. Bentuk Aplikasi Komunikasi LPPOM MUI Kota Medan Mensosialisasikan Sertifikat Halal**

Sosialisasi dan promosi halal merupakan salah satu unsur terpenting guna memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat (khususnya muslim) dan juga pelaku usaha tentang persoalan kehalalan suatu produk. Melalui kegiatan sosialisasi dan promosi halal diharapkan masyarakat dan pelaku usaha dapat mengerti dan memahami tentang pentingnya produk halal. Aplikasi komunikasi LPPOM Kota Medan dalam rangka sosialisasi sertifikasi halal menasar tujuan pada 2 subjek utama, yaitu masyarakat sebagai konsumen (umat muslim) dan pelaku usaha sebagai produsen.

Untuk itu, sosialisasi yang dilakukan LPPOM MUI Kota Medan tentunya harus mempertimbangkan keefektifan komunikasi agar pesan sosialisasi yang disampaikan dapat berjalan sesuai tujuannya. Bentuk aplikasinya komunikasi LPPOM MUI dalam mensosialisasikan sertifikasi halal dapat dibedakan menjadi dua bentuk yaitu komunikasi formal dan informal sebagai suatu sinergi dikemukakan oleh Effendy (2005) bahwa sistem komunikasi formal biasanya mengikuti garis-garis wewenang sebagaimana dituangkan dalam struktur organisasi (*organigram*). Sedangkan system informal (tidak formal) adanya hubungan sosial yang dapat memiliki kekuatan untuk menentukan wewenang yang ditransmisikan melalui sistem formal tersebut dapat diterima. Sehingga sangat penting posisi wewenang didalam sistem formal maupun informal.

Bentuk komunikasi formal dan informal ini kemudian ditransformasikan atau diimplementasikan dalam bentuk nyata/tindakan yang dilakukan oleh LPPOM MUI dalam mensosialisasikan sertifikasi halal agar diketahui oleh masyarakat. LPPOM MUI Kota Medan tentu saja membutuhkan media komunikasi agar sosialisasi berjalan efektif. Untuk mengoptimalkan program sosialisasi dan promosi produk halal maka dibutuhkan strategi pemilihan media komunikasi yang tepat kepada khalayak sasaran. Strategi menjadi penting karena dapat memberikan arahan atau petunjuk dalam kurun waktu yang panjang terhadap usaha yang dilakukan sehingga mampu membantu untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Strategi pemilihan media komunikasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini juga mencakup alasan pemilihan media komunikasi yang digunakan LPPOM MUI dalam melakukan sosialisasi dan promosi produk halal.

Beberapa bentuk aplikasi komunikasi dalam rangka sosialisasi, di antaranya:<sup>34</sup>

**a. Komunikasi Sosialisasi Melalui Seminar dan Pelatihan**

Sosialisasi dalam bentuk seminar ataupun pelatihan dilakukan oleh LPPOM MUI Kota Medan dalam rangka member informasi dan edukasi kepada masyarakat dan juga pelaku usaha atau produsen tentang kehalalan sebuah produk pangan, obat-obatan maupun kosmetik. Kegiatan ini dilakukan guna menumbuhkan kesadaran terhadap produk halal kepada masyarakat, karena memang tidak semua masyarakat tahu dan sadar tentang produk-produk halal untuk dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari.

---

<sup>34</sup> Bentuk aplikasi komunikasi yang dilakukan oleh LPPOM MUI Kota Medan ini dijabarkan dari hasil wawancara dengan Dr. Muhammad Basri, MA, sebagai Sekretaris LPPOM MUI Medan, pada 21 april 2017, di kantor LPPOM MUI Kota Medan

Menurut Simamora, seminar, pelatihan, diklat ataupun talkshow adalah merupakan serangkaian kegiatan yang dirancang untuk meningkatkan keahlian, pengetahuan, pengalaman, ataupun perubahan sikap seseorang. Program seminar atau pelatihan sangat berguna untuk memperbaiki kinerja, memutakhirkan keahlian sejalan dengan kemajuan teknologi, meningkatkan kompetensi dalam pekerjaan, membantu memecahkan permasalahan operasional, mempersiapkan pegawai/karyawan untuk promosi, mengarahkan pegawai/karyawan terhadap visi organisasi dan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pribadi.<sup>35</sup>

Pelaksanaan kegiatan seminar ataupun pelatihan, umumnya ditujukan kepada produsen, baik pada UKM ataupun perusahaan besar dan masyarakat secara umum. Kegiatan ini biasanya dilakukan secara mandiri maupun bekerja sama dengan pemerintah ataupun instansi swasta. Terlebih lagi dalam bentuk pelatihan, LPPOM memberikan pelatihan secara rutin dan berkala kepada pengawas atau auditor internal dari setiap perusahaan yang telah dibentuk berdasarkan aturan LPPOM MUI. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Dr. Muhammad Basri, M.A, selaku sekretaris LPPOM MUI Kota Medan:

Untuk sosialisasi selain melalui media, sosialisasi dalam bentuk seminar atau pelatihan juga sering kita laksanakan. Kadang-kadang perusahaan-perusahaan itu kita undang kemari. Kita juga kerjasama dengan UKM (Usaha Kecil Menengah).<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup>Simamora, Henry. *Manajemen Sumber daya Manusia*,(Yogyakarta: STIE YKPN: 1997), hlm. 345.

<sup>36</sup>wawancara dengan Dr. Muhammad Basri, MA, sebagai Sekertaris LPPOM MUI Medan, pada 21 april 2017, di kantor LPPOM MUI Kota Medan.



Dari kegiatan seminar maupun pelatihan yang dilaksanakan LPPOM MUI Kota Medan, diharapkan masyarakat dan pelaku usaha (produsen) memahami hal-hal yang terkait dengan sertifikasi halal. Karena memang sejatinya seminar dan pelatihan ataupun diklat merupakan suatu proses yang akan menghasilkan suatu perubahan perilaku. Secara nyata perubahan perilaku itu berbentuk peningkatan mutu kemampuan dari sasaran seminar, pelatihan.

Di samping itu pelatihan pada hakikatnya merupakan salah satu bentuk kegiatan dari program pengembangan sumber daya manusia (personal development). Pengembangan sumber daya manusia sebagai salah satu mata rantai (*link*) dari siklus pengelolaan personil dapat diartikan sebagai proses perbaikan staf melalui berbagai macam pendekatan yang menekankan realisasi diri (kesadaran), pertumbuhan pribadi dan pengembangan diri. Pengembangan mencakup kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk perbaikan dan pertumbuhan kemampuan (*abilities*), sikap (*attitude*), keterampilan (*skill*), dan pengetahuan anggota organisasi.

**b. Komunikasi Sosialisasi melalui Ceramah atau Khotbah;**

Implementasi komunikasi dalam bentuk ceramah atau khutbah merupakan bentuk lain dari komunikasi sosialisasi LPPOM MUI Kota Medan dalam rangka mensosialisasikan sertifikasi halal. Sasaran utama dari sosialisasi dalam bentuk ceramah atau khotbah adalah masyarakat muslim, yang *notabane* sebagai konsumen, namun tidak menutup kemungkinan ceramah dan khotbah ini ditujukan kepada produsen atau pelaku usaha.

Untuk sosialisasi dalam bentuk ceramah atau khotbah umumnya dilakukan oleh da'i-da'i yang berada di lingkungan MUI, khususnya di LPPOM MUI. Hal ini dilakukan karena MUI menyadari bahwa ceramah dan khotbah merupakan media dakwah yang efektif dalam penyampaian pesan, khususnya dalam hal sosialisasi tentang halal. Karena dakwah menurut Islam adalah mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai peringatan Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.<sup>37</sup>

Adanya anjuran agar setiap da'i dan majlis taklim agar mensosialisasikan kepada masyarakat agar gemar mengonsumsi produk yang berlabel halal diungkapkan oleh Sekertaris LPPOM MUI Medan, Dr. Muhammad Basri, MA:

Selain memakai brosur-brosur, seminar, pelatihan, biasanya sosialisasinya juga dari para penceramah kita, saat khatib jum'at misalnya. Di MUI ini kan banyak ustadz-ustadznya. Di ceramahnya itulah mereka menyampaikan tentang kewajiban orang muslim untuk memakai, mengonsumsi yang halal. Sehingga masyarakat kan tersosialisasi mengenai yang halal-halal ini.<sup>38</sup>

Perilaku masyarakat muslim dalam mengonsumsi produk halal sesungguhnya bergantung bagaimanamereka memiliki pengetahuan terkait tentang produk halal. Meskipun ajaran agamatelah memberikan panduan terhadap makanan dan minuman halal yaitu melalui Al-Qur'an dan Al-Hadist akan tetapi di lapangan terdapat kesulitan untuk mengidentifikasi produk pangan yang halal. Terlebih lagi dengan

---

<sup>37</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Studi Sebuah Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 36.

<sup>38</sup> wawancara dengan Dr. Muhammad Basri, MA, sebagai Sekertaris LPPOM MUI Medan, pada 21 april 2017, di kantor LPPOM MUI Kota Medan.

perkembangan arus informasi dan berkembangnya teknologi kemasan produk telah memberikan penawaran yang dapat mempengaruhi perilaku itu sendiri.

Adanya sosialisasi yang dilakukan oleh da'i maupun da'iyah melalui ceramah, khutbah ataupun yang dilakukan melalui majlis taklim sangat membantu masyarakat dalam rangka mensosialisasikan produk atau makanan yang halal dan toyyib. Karena baik tokoh masyarakat maupun tokoh agama memiliki visi bahwa pedagang akan berhenti bila tidak ada yang membeli, jadi yang diutamakan adalah konsumen agar memilih makanan yang halal dan toyyib.

### **c. Komunikasi Sosialisasi Melalui Media Masa (Cetak dan Elektronik)**

Kehadiran media massa di tengah masyarakat memiliki peranan penting dalam proses sosialisasi. Sebagai sarana sosialisasi, media massa memiliki dampak pengaruh yang signifikan. Karena pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa dapat diakses oleh semua pihak. Media massa merupakan bentuk komunikasi dan kreasi yang menjangkau masyarakat secara luas sehingga pesan informasi yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Sementara efek komunikasi massa terhadap komunikan bisa terbentuk sesuai dengan keinginan komunikator, tergantung dari bagaimana media massa menyampaikannya. Walaupun komunikan nantinya menerima pesan dengan berbagai macam reaksi, tetapi media massa mampu membentuk opini yang pada akhirnya mewakili pendapat dari kebanyakan komunikan.

Di Indonesia sendiri media massa juga mengalami perkembangan yang signifikan, hal ini bisa dilihat dari masa ke masa, pada masa orde lama media

masa belum secanggih sekarang, aksesnya pun masih sangat minim dan susah, pada masa orde baru media massa sudah mulai berkembang. Sedangkan pada masa orde reformasi seperti sekarang ini media massa mengalami perkembangan signifikan, sehingga akses masyarakat terhadap media massa begitu mudah dan cepat. Terlebih lagi media masa berbasis online karena memang internet juga semakin dekat dengan masyarakat.

Media masa sendiri terdiri dari dua bentuk, yaitu media cetak dan media elektronik media cetak, seperti surat kabar (koran), brosur, baleho, buku, majalah tabloid, sedangkan media elektronik, seperti: radio, televisi, video, film, CD/DVD dan sebagainya. Disamping itu, perkembangan teknologi juga member dampak positif dengan munculnya media masa berbasis online, seperti surat kabar berbasis online (contohnya Republika.com, Detik.Com, kompas.com, dan lain sebagainya).

LPPOM MUI Kota medan sangat sadar akan manfaat media massa dalam mensosialisasikan sertifikasi halal. Media massa sebagai institusi sosial menjadi salah satu kebutuhan yang utama dalam kehidupan bersama di setiap masyarakat, yaitu kebutuhan akan sarana menyampaikan atau menyebar luaskan informasi kepada sesama anggota masyarakat. Melalui pemanfaatan sarana media masa, LPPOM MUI Kota Medan membangun komunikasi dalam rangka mensosialisasikan sertifikasi halal. Hal ini dituturkan oleh Sekretaris LPPOM MUI Medan, Dr. Muhammad Basri, MA:

Sosialisasi yang kita lakukan biasanya dari media masa cetak seperti koran, baik itu melalui tulisan-tulisan tentang pentingnya konsumsi halal dan pengurusan sertifikasi halal (bagi produsen)... Lewat media elektronik juga, seperti televisi

dan radio, kita himbau masyarakat untuk memastikan makanan atau minuman yang dikonsumsi itu halal dengan melihat sertifikasi halalnya. Kemudian melalui brosur-brosur juga kita sebar ke masjid-masjid pada bulan Ramadhan, kalender dan majalah pun begitu juga. Biasanya juga kalau ada even-even, seperti MTQ, kita membuka stan MUI, disitu kita menampilkan produk-produk yang sudah tersertifikasi halal.

LPPOM MUI mengakui bahwa media massa berpengaruh untuk sosialisasi nilai-nilai dan norma-norma bagi anggota masyarakat. Walaupun media selalu menggunakan sudut pandang atau perspektifnya sendiri dalam mengangkat sebuah berita. Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibandingkan dengan jenis komunikasi lain adalah bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tidak terbatas.

Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu, tergantung kepada situasi dan kondisi. Demikianlah pula strategi komunikasi melalui media massa yang dilakukan oleh LPPOM MUI Kota Medan dalam rangka sosialisasi sertifikasi halal kepada masyarakat maupun produsen (pelaku usaha).

#### **d. Sosialisasi Halal Melalui Sosial Media dan Media Online**

Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi perubahan besar-besaran dalam pola-pola interaksi komunikasi terjadi sebagai akibat penemuan dan pertumbuhan internet dan yang sedemikian masif. Penemuan internet serta perkembangannya yang begitu

pesat telah mampu mengubah tatanan komunikasi antarmanusia, yang tadinya lebih mengandalkan interaksi tatap muka, kini bergeser ke arah penggunaan media, khususnya internet.

Internet dan memungkinkan hampir semua orang di belahan dunia mana pun untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Fitur internet paling populer adalah e-mail, yakni sebuah fitur yang dipakai oleh pengguna internet untuk bertukar pesan dengan orang lain yang memiliki alamat e-mail, dan *worldwide web (www)* yang merupakan sebuah sistem komputer yang sangat luas yang dapat dikunjungi oleh siapa saja dengan program *browser* dan dengan menyambungkan komputer pada internet. *World wide web* mulai tumbuh pesat setelah *browser-browser* seperti *Mosaic*, *Netscape*, dan *Explorer* muncul yang membuat *www* dapat diakses oleh siapa saja. Belakangan *browser-browser* semakin banyak variannya, sehingga khalayak lebih dimudahkan untuk berkomunikasi dalam dunia maya.

Untuk itu, LPPOM MUI Kota Medan juga memanfaatkan media online sebagai sarana komunikasi sosialisasi dengan membagikan informasi dan pesan-pesan himbauan kepada masyarakat melalui media online. Langkah yang ditempuh untuk membangun komunikasi dalam rangka sosialisasi sertifikasi halal ialah dengan membuat alamat website. Adapun alamat website tersebut ialah “<http://muimedan.com/category/info-halal/>”. Pada laman website ini kita dapat melihat dengan informasi, berita, serta persyaratan dan prosedur penerbitan sertifikat halal.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup>wawancara dengan Dr. Muhammad Basri, MA, sebagai Sekertaris LPPOM MUI Medan, pada 21 april 2017, di kantor LPPOM MUI Kota Medan.

Selain media website pribadi, LPPOM MUI Kota Medan dibantu oleh media-media online lainnya. Dengan demikian diharapkan media online tersebut ikut berpartisipasi dalam usaha mensosialisasikan terkait dengan halal, sehingga sosialisasi semakin massif dilakukan. Berikut beberapa media masa online yang memberitakan atau memberikan pesan terkait sertifikasi halal LPPOM MUI Kota Medan, diantaranya:

- 1) Informasi/ pemberitaan yang berjudul: “LPPOM MUI Medan Gelar Pelatihan”.  
laman website: <http://harian.analisadaily.com/kota/news/lppom-mui-medan-gelar-pelatihan/187806/2015/11/12>
- 2) Informasi pemberitaan dengan judul: “LPPOM MUI Medan Latih Auditor Halal Internal,” dapat diakses pada laman website di bawah ini  
<http://www.medanbisnisdaily.com/news/read/?id=96039>
- 3) Informasi pemberitaan dengan judul: “Sertifikasi Halal Mutlak”. Pada laman website: <http://beritasore.com/2013/12/05/sertifikasi-halal-mutlak/>
- 4) Informasi pemberitaan dengan judul: “berita hari ini, LPPOM dan Komisi Fatwa Medan Resmi Rilis Produk Halal”. Pada laman website  
<http://harianamanah.id/berita-hari-ini-lppom-dan-komisi-fatwa-medan-resmi-rilis-produk-halal.html>

Aktivitas komunikasi dalam dunia maya (internet) sekarang ini semakin luas penggunaan dan intensitasnya. Dari internet muncul fitur-fitur jejaring sosial (*social network*) seperti *Yahoo Messenger*, *Tagged*, dan *Facebook*, *twitter*, *instagram*, dan lain sebagainya semakin memudahkan setiap orang untuk saling berkomunikasi

secara personal melalui internet. Apalagi setelah media komunikasi personal seperti telepon seluler (handphone) menyediakan fasilitas untuk hal tersebut, yang dikenal dengan nama “*smartphone*”. Realitas komunikasi personal melalui internet sekarang ini sudah merupakan aktivitas rutin sehari-hari sejumlah besar orang, terutama di daerah perkotaan dan daerah lain dimana jaringan internet dapat ditangkap.

Fenomena komunikasi melalui internet sekarang ini bagi sebagian orang tampaknya lebih menarik daripada berkomunikasi secara langsung tatap muka. Gejala inilah yang oleh Walther disebut sebagai komunikasi hiperpersonal, yakni komunikasi dengan perantara internet yang secara sosial lebih menarik daripada komunikasi langsung. Selanjutnya diungkapkan, ada tiga faktor yang cenderung menjadikan partner komunikasi via komputer lebih menarik: (1) E-mail dan jenis komunikasi lainnya memungkinkan presentasi diri yang sangat selektif, dengan lebih sedikit penampilan atau perilaku yang tidak diinginkan dibandingkan komunikasi langsung. Dengan kata lain, Anda tidak perlu repot menata perilaku visual ketika berkomunikasi melalui internet. (2) Orang yang terlibat dalam komunikasi via komputer kadang kala mengalami atribusi yang berlebihan yang di dalamnya mereka membangun kesan stereotype tentang partner mereka. Kesan-kesan ini sering mengabaikan informasi negatif, seperti kesalahan cetak, kesalahan ketik, dan sebagainya. (3) Ikatan intensifikasi bisa terjadi yang di dalamnya pesan-pesan positif dari seorang partner akan membangkitkan pesan-pesan positif dari rekan komunikasinya.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>J.B. Walther, J.B., *omputer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hypersonal Interaction*, (Communication Research, 23 (1), hlm. 3-43.



Realitas komunikasi via sosial media tersebut sekarang ini benar-benar sudah menggejala dan tampaknya akan terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Untuk itu LPPOM MUI Kota Medan merasa dan menyadari pentingnya penggunaan sosial media untuk membangun komunikasi sosialisasi tentang sertifikasi halal. Pada wilayah sosial media ini LPPOM MUI Kota Medan memiliki akun sosial media yaitu pada aplikasi sosial media instagram: @Laboraturium LPPOM MUI Kota Medan dan Facebook: @Laboraturium LPPOM MUI Kota Medan.<sup>41</sup>

Sebagaimana halnya komunikasi yang sasarannya personal, komunikasi hiperpersonal melalui sosial media diharapkan akan mampu menciptakan pemahaman dan edukasi kepada masyarakat dan pelaku usaha terkait dengan sertifikasi halal. Selain factor pengetahuan akan produk halal, persepsi terkait pentingnya halal itu sendiri dapat berpengaruh terhadap perilaku. Persepsi itu bisa berupa keyakinan yang tinggiakan pentingnya mengonsumsi produkhalal, harapan/keinginan komunitas muslim untuk memperoleh produk halal serta persepsi tentang pentingnya labelisasi halal.

Memang harus diakui bahwa komunikasi sosialisasi yang dibangun melalui media masa online memiliki pengaruh yang signifikan dalam penyampaian pesan halal. Keefektifan komunikasi sosialisasi ini dikarenakan faktor utama dari masyarakat itu sendiri, yaitu masyarakat telah melek terhadap teknologi. Sehingga penggunaan media masa online sebagai sarana komunikasi sosialisasi perhatian utama.

---

<sup>41</sup>wawancara dengan Dr. Muhammad Basri, MA, sebagai Sekretaris LPPOM MUI Medan, pada 21 april 2017, di kantor LPPOM MUI Kota Medan.

Tinggi rendahnya pengetahuan dan persepsi masyarakat muslim akan produk halal tidak lepas dari aktifitas keagamaan yang dilakukan. Semakin rajin masyarakat muslim dalam mencari informasi terkait produk halal maka akan secara alami akan meningkatkan pengetahuan dan persepsi sikap dan perilaku terhadap produk halal. Faktor lingkungan seperti ceramah pemuka agama, dorongan keluarga juga ikut berperan dalam menentukan tingkat pengetahuan dan persepsi itu akan produk halal.

### **3. Hambatan dan Tantangan LPPOM MUI Kota Medan Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal.**

Dalam membangun komunikasi untuk mensosialisasikan sertifikasi halal, LPPOM MUI Kota Medan juga memiliki hambatan dan juga sekaligus tantangan. Hambatan dan tantangan ini dapat dijabarkan sebagai berikut;<sup>42</sup>

#### **a. Hambatan dalam Sosialisasi Sertifikasi Halal**

- 1) Masih rendahnya partisipasi pelaku usaha (produsen) untuk bersedia mendaftarkan dan melakukan registrasi halal terhadap produknya. Sehingga masih banyak produk-produk (khususnya pangan) yang tidak memiliki sertifikat halal dari LPPOM MUI.
- 2) Partisipasi dan kesadaran masyarakat dalam menjaga dan mengonsumsi produk yang berlabelkan halal dari LPPOM MUI. Hal ini dikarenakan sikap acuh tak acuh dari sebagian masyarakat dalam pola konsumsinya dalam kehidupan sehari-hari.

---

<sup>42</sup>Hambatan dan tantangan ini dirangkum dari hasil wawancara dengan Dr. Muhammad Basri, MA, sebagai Sekretaris LPPOM MUI Medan, pada 21 april 2017, di kantor LPPOM MUI Kota Medan.

- 3) Belum adanya peraturan yang rinci dari pemerintah tentang kewajiban bagi pelaku usaha atau produsen untuk melakukan pendaftaran atau registrasi halal terhadap produknya, baik produk pangan, kosmetik, maupun obat-obatan. Selama ini regesterasi halal yang dilakukan oleh pelaku usaha pangan, kosmetik dan obat-obatan hanya bersifat sukarela. Sehingga dilapangan masih banyak ditemukan produk-produk yang tidak mencantumkan lebel halal dari LPPOM MUI khususnya di Kota Medan.

#### **b. Tantangan dalam Sosialisasi Sertifikasi Halal**

- 1) Proses sertifikasi produk halal sifatnya masih himbauan. Artinya LPPOM-MUI Kota Medan memberikan sertifikat halal kepada produsen-produsen obat dan makanan hanya secara sukarela mendaftarkan produknya untuk diaudit LPPOM - MUI. Dengan begitu proses audit untuk sertifikasi halal masih minim dilakukan oleh para produsen atau perusahaan. Padahal pencantuman lebel halal adalah amanat yang diatur dalam sejumlah peraturan perundang-undangan, antara lain dalam pasal 30 UU Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, yang menyebutkan BPOM mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan persetujuan, pencantuman tulisan halal pada label berdasarkan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI dan telah menerapkan Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB).
- 2) Masih terjadi pelanggaran berupa pemalsuan label halal oleh produsen atau perusahaan yang tidak bertanggung jawab. Di samping itu, masih banyak produsen atau pelaku usaha (baik kecil maupun perusahaan) mencantumkan bentuk

lebel-lebel halal pada kemasannya namun bentuk lebel halal tersebut bukanlah bentuk lebel halal LPPOM MUI. Sehingga di masyarakat timbul kerancuan terhadap lebel halal, mana yang berasal dari MUI, dan mana yang tidak. Kondisi ini kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap bentuk label halal yang dimiliki oleh LPPOM MUI.

- 3) Kurangnya tenaga Auditor internal pada perusahaan-perusahaan menengah ke atas dalam rangka membantu pemerintah dan LPPOM MUI untuk bisa memonitor produk tersebut setiap saat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari uraian yang telah dijabarkan, peneliti mencoba untuk menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. LPPOM MUI telah mampu membuat strategi pemilihan media komunikasi yang tepat dalam menjangkau khalayak luas, sesuai dengan pilihan media komunikasi dan pesan yang disampaikan. Umumnya pola atau model komunikasi seperti ini sebut komunikasi massa, yaitu suatu proses dimana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara.
2. Media komunikasi yang dipilih oleh LPPOM MUI Kota Medan dalam melakukan sosialisasi dan promosi produk halal, mencakup : (1).Media cetak, seperti : surat kabar (koran), majalah, tulisan artikel, brosur, (2). Media elektronik, seperti: TV dan radio, (3). Even-even khusus, seperti: MTQ, Penyuluhan dan Bazaar, dengan membuka stan yang berisi produk-produk halal. serta (4). Serta sosial media dan internet, *facebook* dan *instagram*.
3. Sejumlah hambatan dan tantangan juga dihadapi oleh LPPOM MUI Kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal. Hambatan tersebut berupa rendahnya partisipasi pelaku usaha, baik usaha pangan, obat-obatan dan kosmetik yang

registrasi halal terhadap produknya. Di sisi lain kesadaran masyarakat dalam menjaga dan mengonsumsi produk yang berlabelkan halal dari LPPOM MUI masih dalam kategori acuh tak acuh. Ditambah lagi belum adanya peraturan tentang kewajiban bagi produsen untuk melakukan pendaftaran atau registrasi halal terhadap produknya,

Sedangkan tantangan dalam sosialisasi sertifikasi halal proses sertifikasi produk halal sifatnya masih himbauan. Sehingga tidak memunculkan kesadaran akan pentingnya audit kehalalan produknya. Disisi lain masih ditemui pelanggaran berupa pemalsuan label halal oleh produsen atau perusahaan yang tidak bertanggung jawab. Di samping itu, masih banyak produsen atau pelaku usaha (baik kecil maupun perusahaan) mencantumkan bentuk label-label halal pada kemasannya namun bentuk label halal tersebut bukanlah bentuk label halal LPPOM MUI.

## **B. Saran**

Upaya ke arah peningkatan perbaikan di bidang strategi komunikasi perlu dilakukan dengan memperhatikan beberapa hal berikut ini, seperti :

1. LPPOM MUI Kota Medan perlu melakukan evaluasi terkait dengan sosialisasi sertifikasi halal. Memang media yang digunakan sudah cukup disesuaikan dengan perkembangan zaman, yang harus dilakukan kemudian menciptakan kreasi dan inovasi terhadap sosialisasi. Sehingga hambatan dan tantangan sosialisasi sertifikasi halal dapat diminimalisir.

2. LPPOM MUI perlu melakukan evaluasi yang tidak hanya ditujukan untuk kalangan produsen atau masyarakat dewasa saja, tetapi juga untuk kalangan anak-anak usia sekolah dari kegiatan penyuluhan yang telah diberikan. Karena pendidikan tentang konsumsi halal harus ditamamkan sejak usia dini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alo Liliweri, *Komunikasi Serba ada, Serba Makna*, Jakarta: Pranada Media Group, 2011.
- Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Studi Sebuah Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Ardianto, Elvinaro, dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm. 68.
- Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 1992.
- Berger, L. Peter dan Luckmann, Thomas. *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta. LP3ES, 2007.
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Hendry Subiakto, *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*, Jakarta: Prenada Media Group, 2012.
- Henry Simamora, *Manajemen Sumber daya Manusia*, Yogyakarta: STIE YKPN: 1997.
- Indra Gunawan, *Strategi Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Fatwa Haram Korupsi Kepada Ummat Islam Indonesia. Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, tahun 2010.*
- LPPOM MUI, "Panduan Sistem Jaminan Halal," Direktori LPPOM MUI, 2013.
- M. Atho Mudzhar, *Fatwa-fatwa Majelis Ulama Indonesia; sebuah studi tentang pemikiran Hukum Islam di Indonesia 1975-1988*, Jakarta: INIS, 1993.
- Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi, Jakarta: UI Press, 1992.



Muniaty Aisyah, '*Pengaruh Media Massa Terhadap Niat Konsumen Membeli Produk Berlabel Halal*' dalam Proceedings Forum Manajemen Indonesia 6 Entrepreneurial Management Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara, Medan November 2014.

Onong Uchajana Effendy. *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2008.

Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu dan Universitas Mercu Buana, 2009.

Rosyadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT GrafindoPersada, 2004.

Salim dan Syahrums, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Cita Pustaka Media, 2007.

#### **Jurnal/ Artikel Ilmiah**

Girindra dan Aisyah, "Sertifikasi-Labelisasi Halal untuk Ketenangan Produsen," Warta Bogasari, No. 85, Th.XII, 2001

J.B. Walther, J.B, *omputer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hypersonal Interaction*, (Communication Research, 23 (1).

Muchtar, *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal*, dalam jurnal Jurnal Multikultural & Multireligius Vol. 11. No 2.

Muniaty Aisyah, "*The Influence of Religious Behavior on Consumers' Intention to Purchase Halal-Labeled Products*", jurnal Business and Entrepreneurial Research, Vol.14 No.1 October 2014.

Yahya "*Analisis Faktor Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Memilih Produk Makanan Berlabel Halal Pada Masyarakat Kecamatan Medan Amplas Medan Sumatera Utara*" Jurnal Kultura Volume : 16 No. 1 Juni 2015.

## Website

Pew Research Center forum on religion and public life , Desember 2012. Lihat di <http://www.pewforum.org/2012/12/18/global-religious-landscape-exec/> diakses 17 Februari 2017 jam 9.30 Wib

Aidilla, Liputan harian umum Nasional Republika tahun 2014. MUI/Kepastian%20Hukum%20Sertifikasi%20Halal%20Produk%20Pangan%20di%20Indonesia.pdf. diakses 11 Februari 2017, jam 21.00

Sejarah Majelis Ulama Indonesia <http://mui.or.id/index.php/2009/05/08/profil-mui/>

<http://www.pewforum.org/2012/12/18/global-religious-landscape-exec/> diakses 17 Februari 2017 jam 9.00 wib

Savitri dkk., Liputan Koran Tempo, 20/12/2012: halaman A7 lihat dalam Model%20Komunikasi%20MUI/150-597-1-SM.pdf diakses 10 Februari 2017, jam 13.30.

<http://muimedan.com/struktur/>, di post padatanggal 26 april 2017.

### **Daftar Wawancara**

1. Bagaimana proses pembuatan sertifikat halal di MUI kota Medan?
2. Bagaimana bentuk sosialisasi yang dilakukan MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikat halal kepada masyarakat?
3. Bagaimana masyarakat mengetahui logo halal dan tidaknya terhadap halalnya suatu makanan?
4. Berapa hari pengusaha produk yang ingin mengurus sertifikat halal nya ke MUI kota Medan?
5. Bagaimana MUI kota Medan menanggapi perusahaan yang tidak mengurus sertifikat halla terhadap produk yang dijualnya dipasaran?
6. Apakah ada bentuk sanksi tegas yang MUI kota Medan berikan terhadap perusahaan yang tidak mengurus sertifikat halalnya?
7. Bagaimanakah model komunikasi MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal?
8. Bagaimanakah metode MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikat halal?
9. Bagaimanakah hambatan dan tantangan MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal?

## **Lampiran Transkrip Wawancara**

### **A. Bagaimana proses pembuatan sertifikat halal di MUI kota Medan?**

Jawaban : Bermula pembuatan sertifikasi halalnya pihak pengusaha datang ke MUI untuk mendaftarkan, kemudian memohon untuk diberikan sertifikat halal kemudian dari kantor MUI kota Medan khususnya bidang LPPOM sekretariat LPPOM memberikan formulir yang disini ada beberapa lembar untuk diisi termasuk didalamnya tentang biodata perusahaan yang bergerak dibidang apa, apakah dia dibidang makanan, minuman, olahan makanan restoran atau rumah potong hewan. Apakah ada RTH dari rumah potong hewan disini juga kita juga akan mengeluarkan izinnya. Kalau dia makanan ada form-formnya sendiri. Setelah perusahaan itu mengisi biodata mengenai perusahaannya barulah dari sekretariat kita dari LPPOM menugaskan tiga orang auditor. Auditor adalah orang yang telah terlatih dan sudah mempunyai sertifikat kelulusan sebagai auditor sesuai dengan keahliannya dan mereka turun kelapangan mendatangi tempat olahan makanan maupun minuman.

### **B. Bagaimana bentuk sosialisasi yang dilakukan MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikat halal kepada masyarakat?**

Jawaban : Sosialisasi berdasarkan model/tipe tidak langsung (melalui media cetak/elektronik, maupun media online). yang dipilih oleh LPPOM MUI kota Medan dalam melakukan sosialisasi dan promosi produk halal, mencakup : (1). Media cetak, seperti : surat kabar (koran), majalah, tulisan artikel, brosur, (2). Media elektronik, seperti: TV dan radio, (3). Even-even khusus, seperti: MTQ, Penyuluhan dan Bazar, dengan membuka stand yang berisi produk-produk halal. serta (4). Serta sosial media dan internet, *facebook* dan *instagram*. Sosialisasi selain di media apakah ada terjun langsung kelapangan? Sering kita lakukan, kadang-kadang perusahaan-perusahaan itu kita undang kemari, UMKM-UMKM. Melalui brosur yang kita sebar ke masjid-masjid, melalui khatib-khatib jumat juga demikian.

C. Berapa hari pengusaha produk yang ingin mengurus sertifikat halal nya ke MUI kota Medan?

Jawaban : Standar kita tiga minggu dalam proses pengurusan sampai penandatanganan sertifikat halal. Hasil audit kelapangan dibawa ke dalam sidang fatwa yang terdiri dari auditor yang tadinya turun kelapangan bersama komisi fatwa yang ada di MUI kota Medan. Kadang satu kali sidang ada tiga perusahaan. Auditor menyampaikan temuan yang ada dilapangan dan komisi fatwa menjatuhkan keputusan. Sertifikat halal adalah sertifikat yang menjelaskan produk itu halal secara syar'i. kalau ada perusahaan yang mencantumkan sertifikat halal ternyata mengandung lemak babi, maka itu adalah penipuan publik dan kalau ada laporkan kepada MUI kota Medan.

D. Bagaimana masyarakat mengetahui logo halal dan tidaknya terhadap halalnya suatu makanan?

Jawaban : Logo sertifikat halal ada bulatannya dan adanya nomor register. Dan dari kode itu bisa kita melihat dari majelis ulama yang mana yang mengeluarkannya. Dari masing-masing provinsi ada LPPOM nya tersendiri jadi kita mengetahui dan dari kode registernya. Jadi bagaimana kita mensosialisasikan yaitu menghimbau kepada masyarakat untuk membuat sertifikat halal.

Khusus untuk obat-obatan masih banyak yang belum mengurus sertifikat halal, maka inilah tantangan kita umat islam. Buatlah obat-obat yang bahan-bahannya itu berasal dari bahan yang halal kemudian ajukan ke MUI kota Medan untuk mensertifikatkannya. Inilah tantangan kita, sampai sekarang belum ada yang mendaftarkannya kepada kita, mungkin dipusat kali yang sudah ada. Maka obat-obatan itulah yang sangat penting untuk disertifikasi halal, kapsus itu, kosmetik juga. Masalah kosmetik sangat sedikit yang bersertifikat halal.

E. Bagaimanakah model komunikasi MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal?

Jawaban : Model komunikasi yang digunakan oleh LPPOM MUI Kota Medan dalam sosialisasi sertifikasi halal, yang meliputi: Who (siapa/sumber), Says What (pesan), In Which Channel (saluran/media), To Whom (untuk siapa/penerima), With What Effect (dampak/efek). Dari gambar bagan di atas, dapat dijelaskan bahwa:

1. Who (siapa/sumber). Sumber/komunikator adalah pelaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu negara sebagai komunikator. Dalam konteks sosialisasi sertifikasi halal, LPPOM MUI kota Medan sebagai sebuah organisasi menjadi pelaku (komunikator) utama. Artinya LPPOM MUI merasa penting untuk menyampaikan informasi seputar sertifikasi halal. Meskipun harus diakui bahwa LPPOM MUI kota Medan sebagai komunikator utama dalam usaha mensosialisasikan sertifikasi halal juga dibantu oleh mediamassa lokal. Media lokal inilah yang turut membantu dengan membuat liputan berita yang pada dasarnya turut mensosialisasikan perihal sertifikasi halal

2. Says What (pesan). Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Person merupakan seperangkat symbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/ maksud sumber tadi. Ada 3 komponen pesan yaitu makna, simbol untuk menyampaikan makna dan bentuk/organisasi pesan.

3. In Which Channel (saluran/media), adalah wahana/ alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik, maupun media online). Setiap media yang digunakan tentunya harus mempertimbangkan efektifitas penyampaian pesan, karena pada dasarnya setiap media yang digunakan untuk sarana sosialisasi pasti memiliki kekuarangan dan kelebihan.

4. To Whom (untuk siapa/penerima). Orang/ kelompok/ organisasi/ suatu negara yang menerima pesan dari sumber. Disebut tujuan (destination)/ pendengar (listener)/ khalayak (audience)/ komunikan/ penafsir/ penyandi balik (decoder). Komunikasi LPPOM kota Medan dalam rangka sosialisasi sertifikasi halal pada dasarnya menasar pada 2 subjek utama, yaitu pertama, masyarakat secara luas (khusus umat muslim) sebagai konsumen, dan pelaku usaha atau perusahaan sebagai produsen.

5. With What Effect (dampak/efek). Dampak/efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan dan lain sebagainya.

F. Bagaimanakah metode MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikat halal?

Jawaban : metode yang dilakukan LPPOM MUI kota Medan dalam mensosialisasikan produk halal yakni dengan Sosialisasi Melalui Seminar dan Pelatihan, Sosialisasi melalui Ceramah atau Khotbah, Sosialisasi Melalui Media Masa (Cetak dan Elektronik), dan Sosialisasi Halal Melalui Sosial Media dan Media Online.

G. Bagaimanakah hambatan dan tantangan MUI kota Medan dalam mensosialisasikan sertifikasi halal?

- Masih rendahnya partisipasi pelaku usaha (produsen) untuk bersedia mendaftarkan dan melakukan registrasi halal terhadap produknya. Sehingga masih banyak produk-produk (khususnya pangan) yang tidak memiliki sertifikat halal dari LPPOM MUI.

- Partisipasi dan kesadaran masyarakat dalam menjaga dan mengonsumsi produk yang berlabelkan halal dari LPPOM MUI. Hal ini dikarenakan sikap acuh tak acuh dari sebagian masyarakat dalam pola konsumsinya dalam kehidupan sehari-hari.

- Belum adanya peraturan yang rinci dari pemerintah tentang kewajiban bagi pelaku usaha atau produsen untuk melakukan pendaftaran atau registrasi halal terhadap produknya, baik produk pangan, kosmetik, maupun obat-obatan. Selama ini registrasi halal yang dilakukan oleh pelaku usaha pangan, kosmetik dan obat-obatan hanya bersifat sukarela. Sehingga di lapangan masih banyak ditemukan produk-produk yang tidak mencantumkan label halal dari LPPOM MUI khususnya di kota Medan.

### **Tantangan dalam Sosialisasi Sertifikasi Halal**

- Proses sertifikasi produk halal sifatnya masih himbauan. Artinya LPPOM-MUI Kota Medan memberikan sertifikat halal kepada produsen-produk obat dan makanan hanya secara sukarela mendaftarkan produknya untuk diaudit LPPOM -MUI. Dengan begitu proses audit untuk sertifikasi halal masih minim dilakukan oleh para produsen atau perusahaan. Padahal pencantuman label halal adalah amanat yang diatur dalam sejumlah peraturan perundang-undangan, antara lain dalam pasal 30 UU Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, yang menyebutkan BPOM mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan persetujuan, pencantuman tulisan halal pada label berdasarkan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh LPPOM-MUI dan telah menerapkan Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB).

- Masih terjadi pelanggaran berupa pemalsuan label halal oleh produsen atau perusahaan yang tidak bertanggung jawab. Di samping itu, masih banyak produsen atau pelaku usaha (baik kecil maupun perusahaan) mencantumkan bentuk label-label halal pada kemasannya namun bentuk label halal tersebut bukanlah bentuk label halal LPPOM MUI. Sehingga di masyarakat timbul kerancuan terhadap label halal, mana yang berasal dari MUI, dan mana yang tidak. Kondisi ini kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap bentuk label halal yang dimiliki oleh LPPOM MUI.



- Kurangnya tenaga auditor internal pada perusahaan-perusahaan menengah ke atas dalam rangka membantu pemerintah dan LPPOM MUI untuk bisa memonitor produk tersebut setiap saat.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Williem Iskandar Pasar V Medan Estate 20371  
Telp. 6615683 – 6622925, Fax. 6615683

Nomor: B-665/DK.I/TL.00/04/2017

Medan, 11 April 2017

Lamp : -

Prihal : **Mohon Izin Riset**

Yang Terhormat,  
Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI)  
Medan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, disampaikan bahwa mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan yaitu :

Nama : M. Latif Manurung  
NIM : 11.13.3.055  
Semester : VIII (Delapan)  
Tempat / Tgl Lahir : Medan / 24 Mei 1995  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)  
Alamat : Jln Gaharu Medan Timur B6 No 10 Medan Timur

sedang melaksanakan penulisan skripsi berjudul : **"Model Komunikasi Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dalam Mensosialisasikan Sertifikasi Halal Di Kota Medan"**. Untuk kelancaran penulisan dimaksud, kami mohon bantuan Saudara memberikan keterangan dan data yang dibutuhkan dalam penelitian dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalam

A.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik

dan Kelembagaan



Drs Efi Brata Madya, M.Si  
NIP.19670610 199303 1 003

Tembusan:

1. Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara.

2. Yth. Ketua Prodi KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara

مجلس العلماء الاندونيسي

## MAJELIS ULAMA INDONESIA

KOTA MEDAN

WADAH MUSYAWARAH PARA ULAMA ZU'AMA DAN CENDIKIAWAN MUSLIM

Jl. Amaliun/Nusantara No.3 Telp. 0811 6184583 – Fax (061) 7325283 Medan 20215 Email: muikotamedan@yahoo.com

Nomor : 50 / DP. 01-II/IV/2017  
Lampiran : -  
Hal : Keterangan Penelitian

Medan, 28 Rajab 1438 H  
25 April 2017 M

Kepada Yth :  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
**Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

di -  
**Medan**

*Assalamu'alaikum, Wr, Wb.*

Dengan hormat,

Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan  
menerangkan bahwa :

Nama : M. Latif Manurung  
NIM : 11.13.3.055  
Semester / Jurusan : VIII / Siyasah  
Alamat : Jl. Gaharu, Medan Timur B6 No. 10 Medan

adalah benar telah melakukan penelitian di kantor Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Medan, dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul "**Model Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Sertifikat Halal di Kota Medan**".

Demikian surat keterangan ini diperbuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

*Wassalamu'alaikum, Wr, Wb.*

DEWAN PIMPINAN  
MAJELIS ULAMA INDONESIA  
KOTA MEDAN

Sekretaris Umum,



Dr. M. Syukri Albani Nasution, MA

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **IDENTITAS DIRI**

Nama : M. Latif Manurung  
NIM : 11133055  
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 24 Mei 1995  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Kebangsaan : Indonesia  
Status : Belum Menikah  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jln. Gaharu B6 No. 10 Kecamatan Medan Timur

### **PENDIDIKAN**

SDN 060876 Jln. Gaharu Medan Timur : 2001 - 2007  
MTS Swasta Insan Cita Medan : 2007 - 2010  
MAL Swasta Laboratorium IAIN SU Medan : 2010 - 2013  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Prodi  
Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam  
Negeri Sumatera Utara : 2013 - 2018